

**MEDICIÓN SOCIOECONOMICA DE LA “ALIANZA AGROEMPRESARIAL DE  
LA MORA” LINEA DE BASE 2004**

**LILIA ELOISA GARCÉS CORTES  
LUZ ADRIANA VÁSQUEZ JARAMILLO  
CARMEN LIZETH RIVAS ABADIA**

**UNIVERSIDAD AUTONAMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SANTIAGO DE CALI  
2005**

**MEDICIÓN SOCIOECONOMICA DE LA “ALIANZA AGROEMPRESARIAL DE  
LA MORA” LINEA DE BASE 2004**

**LILIA ELOISA GARCÉS CORTES  
LUZ ADRIANA VÁSQUEZ JARAMILLO  
CARMEN LIZETH RIVAS ABADIA**

**Monografía de grado para optar al título de economista**

**Director:  
ÁLVARO CAMACHO  
Magíster en economía agrícola**

**UNIVERSIDAD AUTONAMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
SANTIAGO DE CALI  
2005**

### Nota de Aceptación

Aprobado por el comité de grado en el cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de economista.

MARTHA VÁSQUEZ

---

Jurado

HOLMES SANCHEZ

---

Jurado

Santiago de Cali, 30 de Junio de 2005

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. ANTECEDENTES	9
2. MARCO CONCEPTUAL	14
3. OBJETIVOS:	
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 OBJETIVO ESPECIFICO	20
4. METODOLOGÍA DEL TRABAJO (ENCUESTAS)	21
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	27
6. <b>ALIANZA AGROEMPRESARIAL DE LA MORA</b>	<b>29</b>
6.1 LA ALIANZA	29
6.2 EVOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA	30
6.2.1 Situación Actual (Análisis de los Servicios)	34
6.2.2 Percepción de los beneficios que reciben los socios de la alianza	36
6.2.3 Beneficios que le gustaría recibir de Asofamora	38
6.2.4 Roles y Aprendizaje de los afiliados INTER-INSTITUCIONALES	40
6.3 PROBLEMÁTICA	41
6.4 TENDENCIAS	
7. <b>CONTEXTO SOCIECONOMICO</b>	<b>44</b>
7.2 DIAGNOSTICO DE LA COMUNIDAD	44
7.2.1 Vivienda	45
7.2.2 Educación	46
7.2.3 Salud	52
7.3 PERCEPCIÓN COMUNITARIA SOBRE SU DESARROLLO Y POTENCIAL	52
7.4 PRINCIPAL PROBLEMÁTICA QUE AFECTAN EN LA VEREDA	52
7.4.1 POSIBLES SOLUCIONES DE PROBLEMAS EN LA VEREDA	54
8. <b>EL PRODUCTO, SUS CARACTERÍSTICAS Y EL PROCESO DE PRODUCCION</b>	<b>59</b>
8.1 LA PRODUCCIÓN	59
8.1.1 El Producto sus características	60
8.1.2 Técnicas de Cultivos y Siembras	61
8.1.3 Procedimientos de Producción	63
8.1.4 problemática, plagas y enfermedades	78
9. <b>EL MERCADO DE LA MORA</b>	<b>91</b>
9.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE LA MORA	91
9.1.1 A Nivel Internacional	92
9.1.2 A Nivel Nacional	96
9.1.3 A Nivel Local	98
9.1.3.1 Conformación del mercado	98
9.1.3.2 Costos de comercialización	99

Industria	100
Mercado en Fresco	101
9.2.1 Tipo de Mora que más se Comercializa	101
9.3 COMPETENCIA	104
9.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	106
9.5 TENDENCIAS DE CRECIMIENTO	108
10. CONCLUSIONES	110
11. RECOMENDACIONES	119
BIBLIOGRAFIA	123
ANEXOS	128

## LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1. Papel que desempeña dentro de la ocd	33
Grafico 2. Tiempo de vinculación a la alianza	34
Grafico 3. Motivos de vinculación a la alianza	38
Grafico 4. Beneficios que recibe por pertenecer a la alianza	40
Grafico 5. Beneficios que le gustaría recibir	42
Grafico 6. Dificultades que afectan el funcionamiento de la ocd	45
Grafico 7. Ocupación de los integrantes de la alianza	51
Grafico 8. Principales problemas en la vereda	57
Grafico 10. Tipo de semilla	66
Grafico 10.1 preferencia por el tipo de semilla estaca	67
Grafico 11. Método de siembra	68
Grafico 12. Preparación del hoyo	71
Gráfico 13. Sistema de tutorado	75
Grafico 14. OCD`s que utilizan poda de formación	80
Grafico 14.1 OCD`s que utilizan poda de producción	80
Grafico 14.2 ocd que utiliza poda de renovación	81
Grafica 15. Problemas técnicos	81
Grafica 16. Enfermedades más comunes	84
Grafica 17. Principales problemas del cultivo	88
Grafica 18. Meses de mayor producción	90

Grafica 19. Meses de menor producción	91
Grafico 20. Importadores de países extracomunitarios 2000	97
Grafico 21. Proveedores extra comunitarios 200	97
Grafico 22. Participación en valor 2.000	97
Grafico 23. Importaciones y proveedores	98
Grafico 24. Porcentaje de participación según tipo de mercado	101
Grafico 25. Área cosechada y rendimientos en la producción de mora en 1992-2000	112

## LISTA DE FOTOS

Foto 1. Planta de mora	Pág. 65
Foto 2. Distancia de siembra	70
Foto 3. Sistema tradicional	72
Foto 4. Chiquero	72
Foto 5. Espaldera compuesta	73
Foto 6. Espaldera sencilla	73
Foto 7. Cama	73
Foto 8. Doble t	74
Foto 9. Espaldera en doble t	74
Foto 10. Poda de formación	77
Foto 11. Poda de producción	78
Foto 12. Poda de renovación	78
Foto 13. Mildeo polvoso	83
Foto 14. Botritis	83



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tiempo de vinculación vs. papel que desempeña en las OCD's total de la alianza:	35
Tabla 2. Principales motivos de vinculación a la OCD	37
Tabla 3. Grupo comunitario vs. Motivos de vinculación de la alianza	38
Tabla 4. Percepción de los beneficios que reciben los socios de la alianza.	40
Tabla 5. Beneficios que le gustaría recibir de Asofamora	42
Tabla 6. Principales dificultades que afectan el funcionamiento de la ocd	45
Tabla 7. Ocupación y número de integrantes de la alianza	49
Tabla 8. Ocupación de los socios de la alianza agroempresarial de la mora	50
Tabla 9. Grado de escolaridad vs. Edad de los socios de la alianza	54
Tabla 10. Principales problemas de la vereda	56
Tabla 11. Posibles soluciones de problemas en la vereda	58
Tabla 12. Importancia relativa departamental del área sembrada (ha) – resultados 1er censo	62
Tabla 13. Tipo de semilla	67
Tabla 14. Método de siembra	69
Tabla 15. Preparación del hoyo	71
Tabla 16. Espaldera sencilla vs. Doble t	76

Tabla 17. Tipos de podas utilizadas por las OCD`s	79
Tabla 18. Calendario de cosechas y procedencias	92
Tabla 19. Producción nacional	100
Tabla 20. Mercado en fresco e industria	102
Tabla 21. Costos de comercialización industria y mercado en fresco	102
Tabla 22. Exigencia en el momento de negociar	106
Tabla 23. Gastos generales	107
Tabla 24. Canales de comercialización	110
Tabla 25. Medio de transporte	110

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Cuestionario 1. encuesta aplicada ha los socios de la alianza Agroempresarial de la mora.	138
Cuestionario 2. encuesta comercial aplicada ha las diferentes OCD's	138
Tabla 1. Tipo de pertenencia de la finca	141
Tabla 2. Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda "paredes"	141
Tabla 3. Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda "piso"	142
Tabla 4. Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda "techo"	142
Tabla 5. Composición familiar "ocupación"	143
Tabla 6. Participación en el cultivo de la mora	145
Tabla 7. Composición familiar (régimen de salud)	142
Tabla 8. Fuentes de ingreso	149
Tabla 9. Participación en grupo comunitario	150
Tabla 10. Papel que desempeña en los grupos	151
Tabla.11 Dentro de la OCD	151
Tabla 12. Tiempo de pertenencia a la OCD	151
Tabla 13. Motivos para vincularse a la OCD	152
Tabla 14. Expectativas con la OCD	152
Tabla 15. Toma de decisiones al interior de la OCD	
Tabla 16. Principales problemas en la vereda	153
Tabla 17. Forma como la OCD puede solucionar problemas	154

Tabla 18. Principales dificultades que afectan el funcionamiento de las OCD	154
Tabla 19. Beneficios de pertenecer a Asofamora	155
Tabla 20. Beneficios que gustaría recibir de Asofamora	155
Tabla 21. Meses de mayor producción	156
Tabla 22. Volumen recogido en los meses de mayor producción	157
Tabla 23. Meses de menor producción	157
Tabla 24. Volumen recogido en los meses de menor producción	158
Tabla. 25 Principales problemas del cultivo de la mora	158
Tabla 26. Tipo de semilla que utiliza	159
Tabla 27. Método de siembra utilizado	159
Tabla 28. Preparaciones del hoyo para la siembra	160
Tabla 29. Sistema de tutorado utilizado	160
Tabla 30. Tipo de podas utilizada	160
Tabla 31. Tipo de fertilizante usado	161
Tabla 32. Nombre del fertilizante	161
Tabla 33. Dosis por planta	162
Tabla 34. Frecuencias de uso	162
Tabla 35. Herramientas utilizadas para el control de maleza	163
Tabla 36. Frecuencias para el control de maleza	164
Tabla 37. Tipos de planteo realizado	165
Tabla 38. Frecuencias de planteo	165
Tabla 39. Enfermedades que más atacan a los cultivos	166

Tabla 40. Tipos de control usado	166
Tabla 41. Producto utilizado	167
Tabla 42. Frecuencias de control	168
Tabla 43. Que hace con los residuos de poda enfermo.	168
Tabla 44 ¿Cada cuanto cosecha?	168
Tabla 45. Tipos de empaque	169
Tabla 46. Medios de transporte (finca al centro de venta en la vereda)	169
Tabla 47. Donde realiza la selección de la fruta	169
Tabla. 48 lleva algún tipo de control	169
Tabla. 49 Transformaciones de producto	171
Tabla 50. A quien vende su producto	171
Tabla 51. Rutas de comercialización industria	171
Tabla 52. Rutas de comercialización mercado fresco	172
Tabla 53. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario	174
Tabla 53.1. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Asomora)	175
Tabla 53.2. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Asopas)	176
Tabla 53.3. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Acep)	176
Tabla 53.4. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Asoflomora)	177
Tabla 53.5. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Asoprovenus)	177
Tabla.53.6. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Famimora)	178

Tabla 53.7. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Preaman)	178
Tabla 53.8. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asofrumo)	179
Tabla 53.9. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Asofruteros)	179
Tabla 53.10. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asoagropec)	180
Tabla 53.11. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Jardimora)	181
Tabla 53.12. Motivos de vinculación a la OCD vs. Grupo comunitario (OCD Agrimora)	181
Tabla 54. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia “alianza”	182
Tabla 54.1. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asomora)	182
Tabla 54.2. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Asopas)	
Tabla 54.3. papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Acep)	183
Tabla 54.4. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Asoflomora)	183
Tabla 54.5. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Asoprovenus)	184
Tabla 54.6. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Famimora)	185
Tabla 54.7. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Preaman)	186

Tabla 54.8. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la vereda (OCD Preaman)	187
Tabla 54.9. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Preaman)	188
Tabla 54.10. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Asoagropec)	189
Tabla 54.11. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Jardimora)	190
Tabla 54.12. Solución de problemas mediante la ocd vs. Principales problemas en la vereda (OCD Agrimora)	191
Tabla 55. Soluciones de problemas mediante la ocd vs. Principales problemas en la vereda “alianza”	192
Tabla 55.1. Solución de problemas mediante la ocd vs. Principales problemas en la vereda (ocd Asomora)	193
Tabla 55.2. Solución de problemas mediante la ocd vs. Principales Problemas en la vereda (ocd Asopas)	194
Tabla 55.3. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Acep)	196
Tabla 55.4. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la vereda (OCD Asoflomora)	197
Tabla 55.5. Solución de problemas mediante la OCD vs. Principales problemas en la vereda (OCD Asoprovenus)	198
Tabla 55.6. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (ocd Famimora)	198
Tabla 55.7. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Preaman)	199
Tabla 55.8. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (ocd Asofrumo)	200
Tabla 55.9. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Asofruteros)	200

Tabla 55.10. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (ocd Asoagropec)	201
Tabla 55.11. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (OCD Jardimora)	201
Tabla 55.12. Papel que desempeñan en los grupos vs. Tiempo de pertenencia (ocd Agrimora)	202
Tabla 56. Fuentes de ingreso por OCD	202
Tabla 57. Composición familiar por OCD	203
Tabla 58. Motivos de vinculación vs. Cumplimiento de dichas Expectativas	203
Tabla 59. Composición familiar vs. Sexo y edad.	204
Tabla 61. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia Asociada a la alianza) ocd Asomora.	205
Tabla 61.1. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asopas	205
Tabla 61.2. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Acep	206
Tabla 61.3. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asoflomora	206
Tabla 61.4. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asoprovenus	
Tabla 61.5. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Famimora.	207
Tabla 61.6. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Preaman	208
Tabla 61.7. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asofrumo	208
Tabla 61.8. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asofruteros	209



Tabla 61.9. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Asoagropec.	209
Tabla 61.10. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Jardimora	209
Tabla 61.11. Ocupación vs. Número de integrantes (por cada familia asociada a la alianza) ocd Agrimora	210

## **RESUMEN**

La Medición Socioeconómico de la Alianza Agroempresarial de la Mora en los municipios de Tulúa, Buga, Trujillo y Ginebra consistió en evaluar dicha labor realizada en los dos años de funcionamiento, con el objetivo de saber si realmente la consolidación y fortalecimiento de dicha alianza ha contribuido a que los agricultores de la Mora mejoren su calidad de vida e incrementen sus ingresos por medio de las capacitaciones a nivel: Social, Técnico y Comercial. Sí realmente ha favorecido a que aumenten y tecnifiquen su producción en miras de ser el departamento del Valle del Cauca más competitivo y de esta manera en darle mayor sostenibilidad al campo con la opción de reactivar la actividad agrícola y disminuir las migraciones de estos campesinos (Desplazamientos) a las ciudades en busca de mayores oportunidades para sus familias.

La consolidación de estas alianzas manifiestan ser una opción de vida para estos agricultores en busca de un desarrollo personal y organizacional; puesto que son personas que en varias situaciones no han contado con la posibilidad de acceder a una educación superior e incluso mínima (Primaria y Secundaria).

El establecimiento y labor realizada de la alianza ha ayudado a que los asociados de las diferentes OCD's cuenten con la posibilidad estable de tener a quien vender su producción; es decir se hace por medio de contratos proporcionando mayor seriedad y cumplimiento a la comercialización donde los precios son fijos sin importar los meses de mayor o menor producción proporcionando una ventaja tanto para el Vendedor como el Comprador. Por último en el trabajo realizado se dan una serie de conclusiones y recomendaciones (elaboración de un Plan Estratégico) en miras de contribuir a una continuidad de la alianza.

## INTRODUCCIÓN

El programa de “Alianzas Productivas” se presenta como un instrumento de política del Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural orientado a la promoción de formas de cooperación entre el sector privado agroindustrial, las asociaciones de pequeños productores rurales y las instituciones publicas, con el propósito de desarrollar proyectos productivos regionales sostenibles.

El presente estudio socioeconómico pretende evaluar el desempeño alcanzado durante los tres años de funcionamiento de la “Alianza Agroempresarial de la mora”<sup>1</sup> que se ha conformado con el fin de encontrar una salida viable para las precarias condiciones de vida: ingresos bajos, condiciones de inequidad, pobreza, exclusión social de los agricultores manifestada en un acceso reducido a la educación, salud, vivienda, nutrición, recreación y deporte; negando así oportunidades para realizar su potencial humano.

Se acomete examinar si la consolidación de asociaciones moreras realmente propenden al crecimiento y desarrollo de diferentes departamentos de Colombia; en especial el departamento del Valle del Cauca debido a la potencialidad del suelo que posee dicho departamento, porque su clima es propicio para la fruticultura: Muchas horas de luz, cuatro trimestres alternados de lluvias y sequía, noches frescas, además es posible cosechar durante todo el año y llegar a los mercados nacionales y extranjeros en épocas de escasez a fin de generar oportunidades para el campesino/agricultor para una mejor producción y

---

1. NOTA ACLARATORIA: Proyecto-Ministerio desde 26 de Diciembre de 2002 Liderado por la Fundación Carvajal junto con otras entidades del sector público y privado con el fin de brindar alternativas de crecimiento a los agricultores de mora en el Valle del Cauca.

comercialización propiciando la diversificación de la economía agropecuaria, o evaluar si este simplemente es un producto tradicional de consumo.

El estudio socioeconómico mostrará las diferentes suficiencias que a nivel nacional es reconocida la mora como un frutal de gran importancia debido a el área cultivada, el valor de producción, el número de productores, el potencial para la exportación y la participación en el gasto de frutas dentro de la canasta familiar ofreciendo de esta manera un futuro promisorio debido a su utilidad en procesos agroindustriales reflejados en el consumo en fresco o como producto elaborado a través de procesos industriales en diferentes grados de transformación.

Además, de las deficiencias que se convierten en una barrera para un mayor desarrollo del cultivo en la región, afectando el desarrollo y consolidación de las asociaciones de la zona incidiendo en los costos del proceso comercial en su rentabilidad y en consecuencia en el bienestar de los productores; las pérdidas ocasionadas por factores físicos y ambientales se incrementan debido a la falta de una mayor organización en el proceso de producción, la falta de un manejo técnico y tecnológico que también ocasiona mermas en la calidad y valor del producto; el traslado del producto desde las zonas de producción es un factor problemático por las condiciones socioeconómicas de la zona, la ubicación geográfica del cultivo, el deterioro de los caminos, lo cual contribuye a la pérdida de valor y volumen del producto y las pérdidas de post-cosecha son altas.

Se hace necesaria la medición y evaluación del grado de compromisos asumidos por las asociaciones u organizaciones hasta el momento conformados con el fin de indagar el potencial de responsabilidades que se podrían apropiar en respuesta a la gran demanda local, nacional e internacional del producto aquí mencionado para dar posibles alternativas de nuevas y mejores formas de comercialización e incremento en el nivel de contratos.

En general, se intenta evaluar la necesidad o no de que estos pequeños productores se organicen y realmente encuentren una salida viable a la situación de incertidumbre que se vivencia en el campo.

## **1. ANTECEDENTES**

Para la realización del estudio socioeconómico de las zonas vallecaucanas cultivadoras de mora se consultaron algunas fuentes bibliográficas que se consideran pertinentes a la hora de elaborar dicho diagnóstico, en la búsqueda de datos e información se hallaron investigaciones de tipo experimental, teórico y práctico.

Uno de los departamentos con mayor potencial agrícola e industrial del país ha sido el Valle del Cauca, los antecedentes del departamento muestran que en la década de los setenta las grandes extensiones de tierra planas y la fertilidad de las mismas lo convirtieron en una zona óptima para la agricultura, ganadería e importantes actividades agroindustriales; es por ello que el cultivo de la mora se ha convertido en una interesante alternativa para el sector agrícola de las regiones colombianas, es un producto que propicia la diversificación de la economía agropecuaria, con una gran participación de los mercados del mundo y con un valor agregado como pulpa, conserva, mermelada y otros atributos medicinales, lo que se traduce a su vez en un elemento favorable hacia la estabilidad de los ingresos del núcleo familiar campesino.

Se resalta también, que a pesar de las amplias oportunidades que posee este producto agrícola para su comercialización nacional e internacional, existen diversas variables endógenas (precario conocimiento tecnológico para la adecuación, explotación del producto, falta de organización entre los productores, bajos volúmenes de productividad, cumplimiento de compromisos adquiridos por parte de agricultores, etc.) y exógenas (alto índice de violencia en dichas zonas, variaciones climáticas, situación de pobreza, vías de acceso, vías de comunicación, etc.) que inhiben de manera relevante la óptima explotación de la fruta; para ello es importante generar alternativas y estrategias para el sostenimiento de esta región y haciendo la salvedad que el cultivo de este

producto puede ser una salida viable a algunas del sinnúmero de problemas que a diario los cultivadores enfrentan, entre ellos, localizamos la realización de investigaciones que plantean “La construcción de centros de acopio en los diferentes municipios del Valle del Cauca sirviendo para dar solución al problema de comercialización y producción que enfrentan los moreros y que dentro de las funciones del centro de acopio estarían el acceso a la información de los mercados, almacenaje temporal en frío, una oferta organizada, cubrir la dispersión geográfica entre los productores y sus cultivos, el fortalecer y consolidar asociaciones entre agricultores de la mora para homogenizar el producto”<sup>2</sup>.

Existen estudios de medición de competitividad en frutas para el Valle del Cauca que de alguna manera indican los parámetros para la elaboración de un modelo con el fin de medir la competitividad sectorial, además de explicar diferentes factores tales como experiencia, mercado, rentabilidad y tecnología que manifiestan de esta manera las brechas de competitividad entre las frutas y se concluye que las zonas mas productivas en el Valle del Cauca para el cultivo de mora son Ginebra, Guacarí, Buga y Tulúa, presentando que las ventajas del producto (mora) es el tener un mercado internacional creciente, alto consumo para la agroindustria, buena preferencia para el consumo de los hogares, una producción permanente y alta ocupación de mano de obra.

También existe la alternativa de invertir para el desarrollo como determinante de la competitividad, con el fin de evaluar opciones tecnológicas, productivas, efectos sobre el mercado e indicadores de eficiencia tanto en el mercado interno como externo, se concluye como alternativa este estudio; puesto que, muestra como objetivo resolver cuellos de botella de tipo tecnológico para homogenizar la

---

2. ECHEVERRI, Francia Elena. Posibilidades Agroindustriales para la explotación de la mora en Trujillo-Valle”. Santiago de Cali, 1992. 252p. Tesis (Economista) Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas.

producción en volumen y calidad para que el sector de la economía involucrado en este proyecto encuentre opciones competitivas y rentables.

El cultivo de la mora ofrece un futuro promisorio debido a su utilidad en procesos agroindustriales y los rendimientos obtenidos a partir de este muestran una tendencia decreciente igual a 36.097 por Ha; adicional a esto, el documento argumenta que una mejor distribución espacial en el departamento lograrían una mayor diversidad de cultivos y contribuirían a la determinación de productos promisorios para un mejor uso potencial del suelo que permitan altos niveles de producción y una mayor tasa de empleo, generando otra alternativa de crecimiento económico, en otras palabras, el autor propone pasar del monocultivo (caña de azúcar) a un poli cultivo ( frutales y hortalizas, entre otros) de los cuales se tengan áreas potenciales y se cuente con las condiciones económicas y biofísicas favorables para su producción.<sup>3</sup>

Las condiciones socioeconómicas y técnicas en que se desarrollan las actividades de mercado y producción, presenta deficiencias que se convierten en una en una barrera para un mayor desarrollo del cultivo en la región, afectando el desarrollo y consolidación de las asociaciones de la zona incidiendo en los costos del proceso comercial en su rentabilidad y en consecuencia en el bienestar de los productores; las perdidas ocasionadas por factores físicos ambientales se incrementan por la falta de una mayor organización en el proceso de producción, la falta de un manejo técnico y tecnológico que también ocasiona mermas en la calidad y valor del producto.<sup>4</sup>

---

3. MÉNDEZ CAJIAO, Alexander. Situación del sector agrícola en el Valle del Cauca el caso de las frutas: Aguacate, Papaya, Uva, Maracuyá, Mora, Naranja, entre otros 1990 – 2000. Santiago de Cali, 2003. 103p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

4. RODRÍGUEZ BENAVIDES, Antonio. Comercialización de la mora entre los municipios de Trujillo y Santiago de Cali en el departamento del Valle del Cauca. Santiago de Cali, 1998. 265p Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.



Productores adoptan este papel recogiendo además diferentes productos en otros predios para llevarlos hasta la zona de acopio; una de las razones por las cuales se acelera el deterioro de la mora es por no conservar la cadena de frío desde el cultivo hasta el centro de acopio.<sup>5</sup> Es necesario eliminar la tendencia de los intermediarios y mejor negociar directamente con los productores organizados en asociaciones, cooperativas, empresas productoras comunitarias, etc.

La economía solidaria es una alternativa para el desarrollo de la actividad económica poco promocionada por el estado y que permite identificar y aprovechar potencialidades de comunidades que estando ausente del crecimiento económico del país no están condenados a la pobreza si deciden unirse al cooperativismo y la solidaridad.<sup>6</sup>

A manera de síntesis, se puede decir que los diferentes estudios que se han hecho de la mora determinan que sigue siendo un producto escaso para Colombia durante la mayor parte del año; lo que significa que existe un amplio margen de demanda insatisfecha; pero se hace la aclaración que con la producción nacional de mora puede llegar a cubrir la demanda insatisfecha requiriendo de una producción adicional que equivalen a siembras nuevas. (para el año 1995 la producción nacional fue de 26.000 toneladas aproximadamente y el consumo per cápita de 1.61 Kg.

Requiriendo una producción adicional de 33.500 toneladas que equivalen a siembras nuevas de 3.350 hectáreas (Rendimiento promedio de 10 ton/ha año)<sup>7</sup>.

---

5. GARCÍA POLES, Oscar. Estudio del mercado de la mora de castilla (**Rubus glaucus**) en los municipios de Cali y Palmira. Santiago de Cali, 2003. 147p. Tesis (Ingeniero Agro Industrial) Universidad San Buenaventura. Facultad de Ingeniería Agro Industrial.

6. PEREA, Farid Diego. Estrategias para la comercialización en la ciudad de Cali de pulpa de mora castilla de la empresa comunitaria ECOHFRUT. Santiago de Cali, 2001. 185p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

7. ANTÍA, Germán Alonso y TORRES, Juan Fernando. Manejo Postcosecha y comercialización de Mora Convenio SENA – Reino Unido. Santiago de Cali, 2002. p 71.

Establecieron que los departamentos más productores de mora es: Cundinamarca, Valle, Boyacá, Antioquia, Tolima, Caldas, Cauca, Santander, Quindío y Risaralda.

La mora es un sistema multiproducto, conformado por pequeñas unidades campesinas, donde la mora interactúa con otros frutales como el Lulo y el Tomate de Árbol; constituyendo la base de la economía de esta región; siendo la mora un frutal de gran importancia a nivel nacional <sup>8</sup>.

---

8. ANTÍA, Germán Alonso y TORRES, Juan Fernando. Manejo Postcosecha y comercialización de Mora Convenio SENA – Reino Unido. Santiago de Cali, 2002. p 71.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Colombia, al igual que muchos países latinoamericanos posee grandes y ricas extensiones de tierra, sin embargo en este contexto no son los campesinos que viven de ellas los que obtienen los mayores márgenes de ganancias por el aprovechamiento de la misma, paradójicamente, el nuevo mundo globalizado hace que intervengan nuevos actores en este escenario poniendo a los campesinos en un papel desventajoso; en este orden de ideas son muchos los autores que han lanzado teorías y modelos a partir de políticas y regímenes para que todas las partes que intervienen en este escenario obtengan un grado de crecimiento y desarrollo para el bienestar de todos; entre estos autores cabría mencionar la intervención de Absalon Machado en sus múltiples propuestas, en uno de sus libros “Apertura Campesina y Economía Campesina” desarrolla claramente ideas a partir del suceso de los años noventa cuando Colombia se abrió hacia el resto del mundo.

Para el desarrollo particular de este estudio sería pertinente cobijar el tema aquí mencionado entre uno de los postulados de este autor; “El Modelo de Desarrollo y la Economía Campesina” aquí él busca elementos que aporten a la reflexión en el desarrollo del sector agropecuario en un país como Colombia en el cual se conduzca a repensar el futuro y el destino de los campesinos colombianos. El Estado no puede más que brindarles oportunidades e instrumentos para que se articulen al modelo de desarrollo, pero no puede hacer un dirigismo voluntarista y enmarcar a los campesinos en unos límites de los cuales no puedan moverse. Debe, al contrario, facilitarles toda la movilidad social, política y económica que brinda y permite la democracia y el desarrollo de los mercados.

En este orden de ideas, es indudable que el proceso de apertura y modernización de la economía, así como el cambio político y las reformas del estado, afectan a la economía campesina. El efecto sobre la economía agro exportadora no es el

mismo que el de las economías vinculadas al mercado interno, ni el que se da sobre la agricultura comercial y la economía campesina.

La economía campesina constituye un subsector específico del sector agropecuario que es fuertemente afectado por procesos aperturistas, de esta manera puede suceder que: La economía campesina que se moderniza y adopta tecnologías, acumula, se incorpora a mercados dinámicos o a los circuitos agroindustriales y compite con el resto de los agricultores; La economía campesina de recursos insuficientes, con unidades subfamiliares combinen sus labores agrícolas con trabajo asalariado temporal o permanente o con ocupaciones extraprediales no necesariamente agrícolas.

Las economías campesinas y Colombia en general tienen un contraste de reacciones diferentes frente a los procesos aperturistas, bien sea que estos se lleven a cabo o no y dependiendo de en que circunstancias estos se hagan, y cual sea tanto el papel de el estado como el del mismo campesino, ya que estos tienen reacciones diferentes de acuerdo con su situación, y a su vez de ello depende tanto el futuro como el destino de ellos y de el país.

El estado no puede más que brindarles oportunidades para que se articulen al modelo de desarrollo, pero no puede hacer un dirigismo voluntarista y enmarcar a los campesinos en unos límites de los cuales no puedan moverse. Debe al contrario facilitarle toda la movilidad social, política y económica que brinda y permite la democracia y el desarrollo de los mercados.

**La Apertura: una oportunidad o un azote** El efecto sobre las economías agroexportadoras no es el mismo que el de las economías vinculadas al mercado interno, ni el que se da sobre la economía comercial y la economía campesina.

La economía campesina constituye un subsector específico del sector agropecuario que será afectado por la apertura, de una manera diferente en cuanto parte de unas condiciones desiguales para competir con los productos

externos y con los productos internos que ya se han incorporado definitivamente a los patrones modernos de las tecnologías y los mercados.

Cuando se habla de economía campesina se esta hablando de dos situaciones:

La economía campesina que se moderniza y adopta situaciones, acumula, se incorpora a mercados dinámicos o a los circuitos agroindustriales, y compite con el resto de los agricultores.

La economía campesina de recursos insuficientes, con unidades subfamiliares que no alcanzan a tener una UAF (Unidad Agrícola Familiar suficiente para un ingreso de subsistencia y un pequeño fondo de emergencia) o que no tiene tierra. Estas familias combinan sus labores con trabajo asalariado o con ocupaciones extraprediales no necesariamente agrícolas.

Al interior de las familias con recursos insuficientes se puede distinguir tres tipos de campesinos subfamiliares:

El TRADICIONAL con acceso limitado a al tierra, uso de tecnología tradicional y participación en mercados donde no tienen capacidad de negociación.

Los campesinos con poca o sin TIERRA, que desarrollan estrategias de sobre vivencia basadas en la diversificación ocupacional, el multiempleo y el uso de la capacidad familiar total.

TRABAJADORES RURALES, muchos de los cuales viven en centros poblados, con una fuerte movilidad ocupacional, baja calificación y educación.

También cabe distinguir la economía campesina del interior del país que aquella que esta ubicada en las zonas de colonización, las cuales requieren otras políticas específicas y estrategias diferentes.

Es decir que un análisis de los efectos de la apertura sobre la economía campesina, pasa por considerar la diferenciación de la misma, no solo en los términos sugeridos si no también por las diferencias regionales.

Podría decirse que las economías campesinas que entran a un proceso dinámico de desarrollo, se beneficiaran mas en el proceso de competencia y articulación a los mercados, que aquellas con recursos insuficientes, sin embargo las primeras requieren mecanismos de acceso mas ágiles a la tecnología, a los recursos financieros, a los mercados a través de la organización para la comercialización y de la inversión publica para reforzar la infraestructura productiva.

Dado que muchas unidades familiares pequeñas no tendrán opción de competir y seguirán engrosando los sectores de pobreza rural; es allí donde aparece necesario que la política de apertura incluya factores de equidad social.

La afirmación de que la apertura como política de largo plazo es una oportunidad favorable para los campesinos se fundamenta en los siguientes criterios:

Obliga a los campesinos a incorporar alternativas propias, a incorporar mas tecnologías, a organizarse para el cambio y exigir mas del estado a través de la concertación.

Los obliga a considerarse como actores activos del desarrollo que requiere articularse al modelo y ser reconocidos por la sociedad en su verdadera importancia, combinando los criterios tradicionales que han manejado en sus relaciones con el estado y la sociedad.

La apertura económica se les presenta simultáneamente con una apertura política, lo cual les abre mas espacio en la vida democrática del país y los puede conducir a un reconocimiento social y político mas adecuado a sus necesidades y potencialidades. Estas reformas se concretaron en la constitución del 1991, en el fortalecimiento de los municipios, la descentralización, el discurso de la plantación participativa en los niveles locales, el mejoramiento y potencialización del estado- sociedad civil y otras reformas en marcha.

El proceso de apertura y modernización afecta a la economía campesina así:

***En lo Positivo.***

Oportunidad de fortalecer las ventajas comparativas de la producción en algunos bienes.

Oportunidad de aprovechar los cambios y la adecuación de la estructura comercial, para vincularse a ala exportación.

Abre espacios para una mayor capacidad de presión al estado para que adecué líneas de créditos para compra de tierras y producción y el fortalecimiento de programas de apoyo rural; la reorganización de la investigación y la asistencia técnica.

Es una oportunidad para que el estado haga una reflexión sobre como resolver problemas tradicionales que han impedido que los campesinos participen más en el desarrollo.

Obliga a los campesinos a convertirse en interlocutores ante el estado y la sociedad.

### ***En lo Negativo.***

La apertura sacara de la competencia a muchos productos que compiten con las importaciones (trigo, cebada, sorgo) o que no tienen demandas dinámicas y tienden a descender en el consumo a medida que aumenta el ingreso.

Sus costos financieros aumentan con las mayores tasas de interés y la menor preferencia de los intermediarios financieros por créditos pequeños que no tiene garantías suficientes.

Su capacidad de competir es desigual por la carencia de recursos, infraestructura productiva y social y la probable disminución del gasto publico por el control del déficit.

El proceso de concentración de los ingresos puede dejar pocos recursos para la economía campesina.

La seguridad alimentaría de las familias campesinas se debilitara, especialmente en los subsectores de pocos recursos.

La migración campo-ciudad puede acelerarse en algunas regiones donde la economía campesina se descompone más rápido por falta de alternativas de empleo o de sustitución de productos y diversificación.



### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

**Medir el impacto de la Alianza Agroempresarial de la mora en la competitividad y productividad de los cultivadores de dicho producto radicados en los municipios de Tulúa, Buga, Ginebra y Trujillo**

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Analizar la estructura Comercial actual de la alianza Agroempresarial de la mora, además de su nivel de eficiencia, garantía de compra y crecimiento de los cultivos

Analizar el efecto social, tomando como referencias las siguientes variables: Salud, Vivienda, Educación, etc.

Identificar y determinar las tecnologías actuales aplicadas en los procesos de producción de la mora evaluando sus niveles de productividad y competitividad.

Hacer recomendaciones que contribuyan al mejoramiento y desarrollo futuro de la “Alianza Agroempresarial de la Mora” con miras al progreso de los agricultores involucrados en ella.

## **4. METODOLOGIA**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar la consolidación y el fortalecimiento de asociaciones moreras a partir de la “Alianza Agroempresarial de la mora”

### **4.2 MÉTODO**

Para la realización del siguiente estudio se utilizará el método Inductivo-Deductivo, debido a que se utilizaran fuentes primarias para la recolección de información, es decir, se aplicaran encuestas a todos los asociados de la alianza y posteriormente se recurrirá al método deductivo donde se utilizaran fuentes secundarias de recolección de datos con el objetivo de evaluar la pertinencia de la información recogida a través de las fuentes primarias “encuestas”

La “Alianza Agroempresarial de La Mora” en sus tres años de funcionamiento, ha decidido evaluar su desempeño sobre los aspectos sociales, técnicos y comerciales de los grupos productores de mora en los Municipios de Guacarí, El Cerrito, Buga, Tulúa, Trujillo y Ginebra. Por lo tanto este proyecto conforme a los resultados esperados al final de la investigación se basará en una dinámica de evaluación del impacto socio económico y técnico que ha venido trabajando la Fundación Carvajal junto con el apoyo de otras entidades para el mejoramiento de la producción y su respectiva comercialización, sin dejar de mencionar el soporte técnico, organizacional y comercial que brinda la Alianza para el adelantamiento de sus cultivos garantizando la calidad de su producto y así optimizar un mejor nivel de vida para estos grupos de pequeños y medianos productores de mora.

## 4.3 PROCEDIMIENTO

Para la realización del estudio socioeconómico se fraccionara en fases:

**4.3.1. Fase 1** Se procederá a la realización de dos clases de encuestas, la primera dirigida a los productores de mora y la segunda direccionada a las OCD's. Cada zona está anticipadamente detallada por La Fundación Carvajal, lo cual implica que para la realización de cada encuesta se efectuarán jornadas de trabajo de un día para cada grupo.

En la primera encuesta dirigida a los productores de mora se abordarán los siguientes temas:

Determinación social y cultural de los individuos Esta permitirá recoger toda información donde se concluya las condiciones generales de vida de las familias en aspectos como: composición familiar, educación, salud, vivienda, recreación, infraestructura y saneamiento.

Aspecto organizacional Su realización, permite conocer la participación comunitaria del productor, el tiempo de pertenencia a la OCD, el motivo por el cual se vinculo, así como las expectativas que ellos tienen frente a ésta, su percepción acerca de los beneficios que Asofamora<sup>9</sup> les brinda por su participación y que otros le gustaría recibir en un futuro.

Componente Técnico En este campo, se evaluará las técnicas de cultivo que actualmente están implementando los productores, la distribución de su cultivo, además de los meses de mayor y menor producción y cuanto se recolecta en estos meses, los tipos de semilla utilizados, los métodos de

---

**9. NOTA ACLARATORIA:** Asociación de Familias Moreras del Valle (ASOFAMORA): Es una entidad sin ánimo de lucro que se constituyó el 27 de Junio de 2002 conformada por 178 productores de economía campesina.

siembra, los controles de malezas al mismo tiempo del manejo de plagas y enfermedades, el empaque que utilizan al recoger la mora, el medio de transporte que se usa desde la finca al centro de venta y los costos de producción que estos productores tienen.

**Componente comercial** Se evaluará como los productores están participando en la ruta de comercialización de la mora, a quien venden su producción y que medio de transporte utilizan para entregar su producto al comprador final. La segunda encuesta dirigida a la OCD se inclinará mas a la parte comercial del producto entregado por los cultivadores de mora inscritos a la asociación.

Esta permitirá conocer los costos de comercialización derivados en unidades de acuerdo con el volumen de producción de la OCD, los gastos generales en que esta incurre y la manera de negociación en cuanto a la industria y el mercado fresco.

**4.3.2. Fase 2** Se realizará una prueba piloto con el fin de verificar la factibilidad del instrumento utilizado “encuestas”; esta prueba se aplicará a dos familias de cada una de las 12 OCD’s con el objetivo de apreciar la forma en que fueron diseñadas las preguntas y si estas ameritan algún cambio de orden estructural, a partir de allí se harán los cambios necesarios al instrumento que se utilizo para así pasar a realizar la encuesta a toda la población en los seis municipios que integra la Alianza.

**4.3.3. Fase 3** En esta fase el proceso metodológico se iniciará con la realización de una visita a cada familia perteneciente a las diferentes OCD’s (178 para este proyecto), con el fin de obtener datos básicos del productor, como también conocer sus integrantes y responder a interrogantes e inquietudes generales. Esta visita brinda una visión general de cada productor y facilita el establecimiento de relaciones empáticas entre los facilitadores del proceso y los integrantes de cada organización de productores.

De acuerdo con lo anterior, esto se sustenta en: El desarrollo de la investigación se aplicará una metodología IAP (Investigación, Acción, Participativa) para la aplicación de las encuestas; habrá una permanente sistematización para acumular conocimiento, y hacerlo sustentable socialmente. Esto será a la vez un proceso investigativo y participativo. Será una planeación que permitirá su gestión durante el proceso.

Esta opción tiene como centro **las personas** participes en el cultivo de mora y a su vez participan en el proceso metodológico, ellas construyen, recrean y se apropian del conocimiento; utilizando instrumentos técnicos y vivenciales. Lo anterior obliga a considerar a las personas como sujetos pensantes, críticos y propósitos y no como objetos receptores de conocimientos. La Cartografía Social parte de reconocer en la investigación que el conocimiento es esencialmente un producto social y se construye en un proceso de relación, convivencia e intercambio con los otros (entre seres sociales) y de estos con la naturaleza.

En consecuencia en el conocimiento de la realidad social, la comunidad tiene mucho que decir por lo tanto ser protagonista central en el proceso de transformación hacia el desarrollo integral de la sociedad. La metodología “cartografía social para la planeación participativa”, tiene los fundamentos conceptuales de la investigación-acción-participativa, basados en el territorio como elemento fundamental de la metodología.

En la **investigación** de la Cartografía Social, la comunidad será partícipe de la evaluación, aportando sus saberes y experiencias al tiempo que recibe de los demás.

La **acción** significa que el conocimiento de una realidad permite actuar sobre ella, y en gran medida la validez de éste se origina y se puede comprobar en la acción. Se trata de conocer la realidad de los campesinos agricultores para

transformarla buscando ante todo la acción que conduzca a la construcción social.

La **participación**, se entiende como un proceso permanente de construcción social alrededor de conocimientos, experiencias y propuestas de transformaciones para el desarrollo. La participación debe ser activa, organizada, eficiente y decisiva.

La **sistematización**, es entendida no como la simple recopilación de datos de una experiencia, sino que además apunta su ordenamiento, a encontrar las relaciones entre ellos, y a descubrir la coherencia interna de los procesos instaurados en la práctica. En este sentido la sistematización será construcción de metodologías y objetivos palpables, consiste en hacer teoría de la práctica vivida.

**4.3.4. Fase 4** Después de la recolección de datos de las 178 familias pertenecientes a la asociación se procederá a la codificación de los mismos a través de un paquete estadístico se trabajará con una muestra de la población para dichas grupos, ya que, es importante trabajar con un margen de error debido a la información suministrada por los campesinos no es 100% veraz y posteriormente a la descripción de variables cuantitativas y cualitativas, plantear y evaluar el grado de incidencia de las actividades realizadas por el Proyecto y la medición de su funcionamiento.

**4.3.5. Fase 5** Posteriormente, para la codificación de datos, análisis de resultados y recomendaciones finalmente se procederá a diseñar estrategias (recomendaciones) que moldeen y perfeccionen las dinámicas que se vienen realizando.

A partir de los resultados obtenidos se pasara a la comprobación de estos en comparación con algunos documentos existentes de la Fundación Carvajal y

demás entidades de carácter público y privado. Lo anterior servirá para la formulación de algunas recomendaciones para el mejor provecho del proyecto.

## **5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**5.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA** La puesta en marcha del proyecto “Alianza Agroempresarial de la Mora” desde hace tres años, ha tenido como finalidad beneficiar a los pequeños agricultores de la mora localizados en cuatro municipios del Valle del Cauca (Buga, Ginebra, Trujillo y Tulúa), sin embargo durante este tiempo no se ha llevado a cabo la evaluación del impacto socioeconómico dentro de estas comunidades, de ahí a que sea necesaria la medición del trabajo realizado.

Conscientes del potencial y de la problemática del sector agropecuario (situación de violencia en el campo, escasas posibilidades al acceso de tecnologías para la transformación de productos, falta de educación y por ende responsabilidad en los compromisos adquiridos, manipulación del sector industrial de los posibles beneficios que tiene el agro, etc.), tanto el gobierno nacional como el departamento del Valle Cauca han identificado los siguientes elementos estratégicos para el desarrollo de la región i) Implantación de programas de organización de productores para mejorar su competitividad. ii) Aplicación de tecnologías estándar para mejorar el rendimiento la calidad de los productos. iii) Potenciación de nuevos canales de mercadeo y comercialización, a nivel nacional e internacional.

Esta iniciativa, basada en el concepto de “Alianzas estratégicas”, busca la modernización, reestructuración e integración de la producción primaria con el procesamiento agroindustrial y la posterior comercialización de los cultivos con ventajas competitivas.

Dada la vulnerabilidad de Colombia ante sucesos internos (oportunidad de diversificación de cultivos, ayudas de organismos nacionales e internacionales



para la producción en el campo, etc.) y externos( firma de tratados de libre comercio, aumento en la demanda de productos orgánicos, necesidad de productos sustitutos naturales para el consumo humano) que inciden en la actividad económica de los departamentos, situación a la cual el Valle del Cauca no ha sido ajena; nace la inquietud de entidades como *la Fundación Carvajal* en pro del sostenimiento y mejoría del trabajo desempeñado en el campo.

## **5.2. FORMULACION DEL PROBLEMA**

**5.2.1 Pregunta General** ¿La consolidación y fortalecimiento de asociaciones moreras a partir de la “Alianza Agroempresarial de la mora” realmente ha ayudado a una mejor producción y comercialización de esta fruta, de tal manera que les genere mayores alternativas (ingresos) al agricultor o simplemente es un producto tradicional de consumo?

### **5.2.2 Preguntas Específicas**

¿Cuál es el puente de comercialización que utilizan frecuentemente los agricultores?

¿En que porcentaje se ha incrementado la productividad de la mora en el Valle del Cauca según la implementación de tecnología en cuanto al manejo del cultivo, cosecha y postcosecha?

## **6. “Alianza Agroempresarial de la Mora”**

En este capítulo se esbozará el porqué de la creación de la “Alianza Agroempresarial de la Mora” en respuesta al programa de apoyo a alianzas productivas (AAP) como alternativa de desarrollo para los agricultores de ciertos Municipios Vallecaucanos.

### **6.1 LA ALIANZA**

#### **Evolución**

El proyecto Apoyo a Alianzas Productivas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en Colombia, se define como una propuesta empresarial de proyectos agropecuarios y de política orientada a la construcción de nuevas relaciones económicas y sociales en el campo, con el fin de contribuir al desarrollo regional en Colombia sobre bases de convivencia y paz.

El proyecto de Apoyo a Alianzas Productivas (AAP), busca apoyar el establecimiento de un variado conjunto de alianzas empresariales entre empresas privadas y pequeños productores organizados, para el desarrollo e implementación de proyectos productivos, participativos, sostenibles y replicables. Estos, impulsados por la demanda, pretenden contribuir a la generación de oportunidades de empleo e ingresos para las comunidades rurales más pobres (y que se encuentran insertas en condiciones sociales de conflicto armado y resistentes al desplazamiento forzado), así como a elevar el potencial competitivo de las regiones, disminuir los riesgos de tipo tecnológico, comercial y financiero asociados a los encadenamientos productivos, y construir a espacios de cooperación y equidad entre el Estado, el sector privado y las comunidades rurales.

En el año 2002, el proyecto de AAP firmó un convenio de cooperación entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la Asociación de familias productoras de Mora del Departamento del Valle del Cauca – ASOFAMORA y la Fundación Carvajal, entidad que en la región representa a los organismos de apoyo, (Fundación Smurfit cartón de Colombia, Federación Nacional de Cafeteros, Comité del Valle, SENA, CENCOA, Corpoginebra, ICA, Gobernación del Departamento del Valle) para la ejecución del proyecto titulado “Alianza para el desarrollo regional de la cadena agroindustrial de la mora, municipios de Ginebra, Tulúa, Trujillo y Buga, en el departamento del Valle del Cauca”.

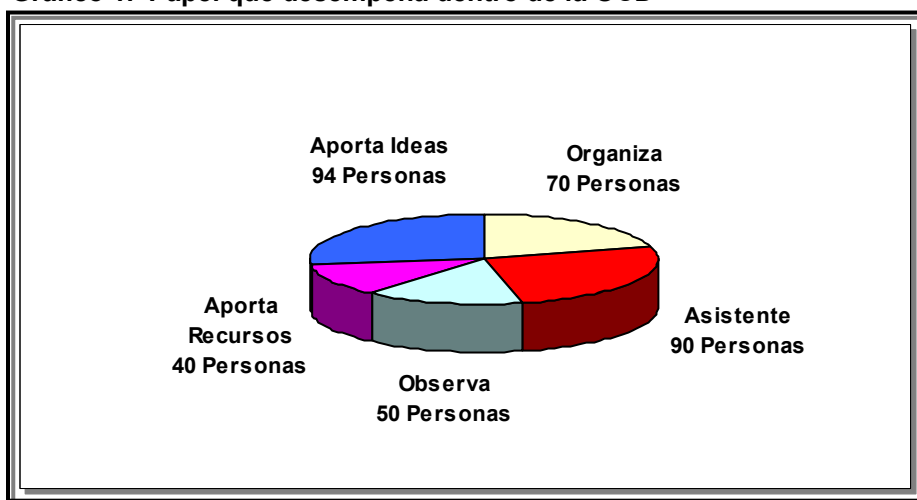
El proyecto en el año 2003 inicia sus acciones apoyando a 5 Organizaciones Comunitarias de Desarrollo (OCD's) con 120 familias participantes, para el 2004

atiende el encadenamiento entre 10 Organizaciones de productores (mas de 187 familias) adscritas a ASOFAMORA y el sector privado representado por la empresa Productora de Jugos S.A. (Grupo Bavaria), y los almacenes de cadena Comfandi y Galerías de la ciudad de Cali, esta alianza se ha constituido como un proceso exitoso para toda la región en términos del mejoramiento de las relaciones y dinámicas comerciales locales y regionales, la focalización de esfuerzo públicos y privados y el logro de impactos socioeconómicos con responsabilidad social y ambiental.

Los logros alcanzados son de invaluable valor social para los productores rurales que están ubicados en zonas de conflicto y que se han convertido en población resistentes al desplazamiento forzoso por parte de actores ilegales, soportados en el ejercicio de la alianza.

## 6.2 EVOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA:

**Grafico 1. Papel que desempeña dentro de la OCD**



**NOTA:** El porcentaje Total no da el 100%, debido a que la encuesta fue diseñada de tal manera que el encuestado podría responder varias opciones.

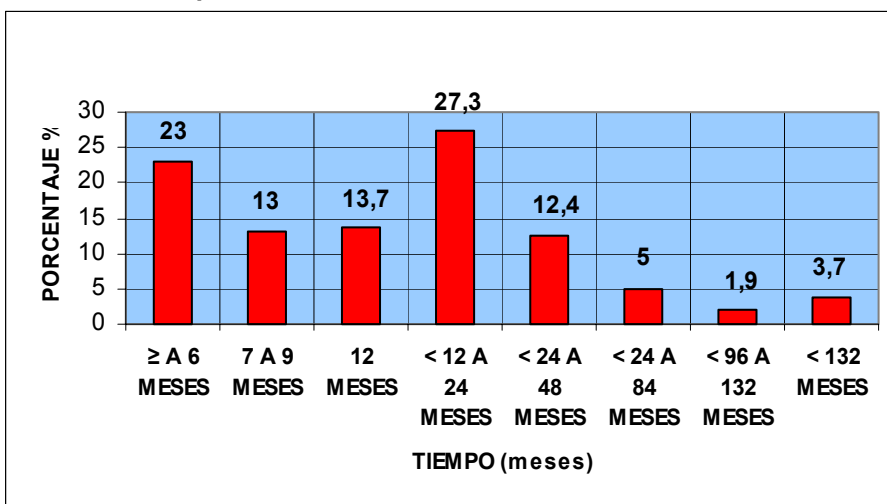
De acuerdo a la gráfica número 1 podemos observar el papel que desempeñan los asociados en su respectivo grupo, notamos que el 67.1% de los integrantes asumen el rol de organizar (70 personas) las reuniones y actividades que cotidianamente se requieren para su funcionamiento, además existe un grupo considerable de personas que participa aportando ideas (94 personas) que son decisivas en la toma de decisiones, siendo este un buen indicador para medir el interés al pertenecer y contribuir a dichos grupos. Un indicador del buen desempeño de los grupos dentro de la alianza es el aporte de recursos (40 personas) que hacen a los volúmenes totales para la comercialización, también es importante la buena participación en la asistencia (90 personas) a las diferentes actividades programadas, puesto que de alguna manera esto refleja el sentido de

pertenencia y compromiso de gran parte de los socios en los grupos, quienes se han visto estimulados por el cumplimiento de sus expectativas y finalmente 50 personas solo observan las actividades que programa la “Alianza Agroempresarial de la Mora”

Las personas cuya participación al interior de la OCD se limita solo a asistir constituyen el 59.2% mientras que el 26.3% tienen por rol el aportar algunos recursos (en la medida sus posibilidades) para ayudar a satisfacer las necesidades de su vereda. El resto de los asociados se dedica únicamente a observar, debido en parte a que tiene un papel muy pasivo dentro del grupo o por que se sienten en capacidad de tomar una posición diferente al interior del grupo. Esta situación nos pone de presente la necesidad igualmente de involucrar de una manera más directa a aquellos socios que no tienen una participación muy representativa dentro de las OCD's, así mismo como ha evaluar la efectividad de las OCD's en cuanto a dar respuesta a las necesidades o expectativas de sus asociados.

Para la puesta en marcha de este gran proyecto fue importante dividir los municipios en diferentes grupos de trabajo de acuerdo con la ubicación geográfica de cada vereda, así mismo, es dentro de dichos grupos que se realizan constantemente las actividades para el fortalecimiento de los agricultores moreros; por lo tanto es necesario analizarlos grupo por grupo, por ello se consideró substancial determinar **el tiempo de permanencia** de las familias dentro de las diferentes OCD's para hacer posible la evaluación de presentes y posteriores logros, además de medidas de exigencia y correctivos. Con el fin de medir el sentido de pertenencia que poseen los integrantes de la Alianza de acuerdo con el tiempo que llevan en el grupo, teniendo en cuenta que varias de estas asociaciones ya existían antes de la creación de la Alianza.

**Grafico 2. Tiempo de vinculación a la alianza**



La tabla número 1 muestra que la mayoría de los agricultores (el 27.3%), llevan vinculados a la Alianza un tiempo de 1 a 2 años , seguido de los que llevan menos de 6 meses, los cuales representan el 23%, luego están los que llevan un año, dado que constituyen 13.7%; los que tiene un tiempo de vinculación comprendido entre 7 y 9 meses constituyen el 13% de los asociados, luego siguen aquellos cuya antigüedad oscila entre 2 a 4 años con el 12.4%, seguido de quienes han cumplido entre 4 a 7 años de permanencia (5%); los asociados que tiene un antigüedad de 11 años son el 3.7% y finalmente el 1.9% constituyen el intervalo de 8 a 11 años.

Se puede notar que el tiempo de permanencia en las diferentes OCD's no es estándar, ya que existen diferentes intervalos donde los porcentajes no son relevantes; sin embargo se destaca que la mayor cantidad de asociados llevan entre uno y dos años de vinculación, lo que demuestra en primer lugar que gran parte de asociaciones son resientes, puesto que se han conformado en el transcurso del desarrollo del proyecto, constituyéndose de esta manera en un resultado positivo de la alianza, la cual ha estimulado con sus buenos resultado a la vinculación y participación de nuevos cultivadores, quienes a su vez contribuyen con el desarrollo de la región a través de su creciente sentido de pertenencia. También puede observarse que aunque poco, existen familias que llevan mas de ocho años dentro de las OCD's, de los cual puede concluirse que ya hacían parte de Asofamora y que continuaron con el fortalecimientos de sus proyectos al ser acogidos por la Alianza.

**Tabla 1. Tiempo de vinculación vs. papel que desempeña en las OCD total de la alianza**

PAPEL QUE DESEMPEÑA	Tiempo de Vinculación							
	TOTAL	≤ 6	7 A 9	1 AÑO	> 1 A 2	> 2 A 4	> 8 A 11	> 11
			MESES	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS
<b>Organiza</b>	47 67.1%	12 85.7%	8 72.7%	5 45.5%	12 66.7%	5 62.5%	2 100%	2 40%
<b>Asistente</b>	29 41.4%	4 28.6%	4 36.4%	4 36.4%	11 61.1%	4 50%		2 40%
<b>Observa</b>	13 18.6%	2 14.3%	2 18.2%	4 36.4%	3 16.7%	2 25%		
<b>Aporta Recursos</b>	16 22.9%	4 28.6%	3 27.3%	2 18.2%	3 16.7%	3 37.5%		1 20%
<b>Aporta Ideas</b>	47 67.1%	10 71.4%	6 54.5%	7 63.6%	12 66.7%	6 75%	2 100%	3 60%
<b>TOTAL</b>	70 217.1%	14 228.6%	11 209.1%	11 200%	18 227.8%	8 250%	2 200%	5 160%

NOTA: El porcentaje Total no da el 100%, debido a que la encuesta fue diseñada de tal manera que el encuestado podría responder varias opciones. Los datos se encuentran por OCD en los Anexos Tabla N°: 54 -54.12.

Fue importante determinar el tiempo de vinculación de las familias asociadas en comparación con el papel que desempeñan en cada uno de los grupos, de esta manera se pudo establecer que la antigüedad esta estrechamente ligado con el tipo de participación dentro de las organizaciones, así por ejemplo, en el papel ejercido por aquellos que organizan y aportan ideas la mayoría de los integrantes de las diferentes OCD's desempeñan el papel tanto de organizar como de aportar

ideas como es el caso de: Asopas en un 100%, Acep en un 71.4%, Asofrumo en un 60% y Asoagropec en un 100%.

Según los resultados arrojados los grupos que mayor importancia le dan a organizar son, Asoflomora en un 100%, Asoprovenus en un 85.7% y Asofruteros en un 66.7%. Mostrando así un alto sentido de pertenencia al grupo, ya que dichos socios se sienten comprometidos no solo ha asistir a las reuniones programadas si no también ha involucrarse en la organización de dichas reuniones. De tal manera que sus aportes tengan la aplicabilidad necesaria para que constituyan progreso a su comunidad. Sin embargo otros grupos como: Famimora en un 100%, Asomora en un 77.8% y Jardimora en un 75% se inclinaron como papel esencial por aportar ideas siendo este un buen indicador para el fortalecimiento y permanencia de las diferentes OCD's anteriormente mencionadas.

Aquellos cuyo papel se limita solo a la Asistencia a las reuniones y actividades programadas se vislumbro que el grupo de Asoprovenus en un 50% desarrolla el papel tanto de asistente como aportar ideas y Preaman organiza, asiste, y aporta ideas en un 66.7% notando que en dichos grupos todavía hay socios que solo se dedican ha asistir a las reuniones y quizás no expresan sus ideas para la contribución de mejoras en el grupo, lo cual indica que es necesario estimular a los socios para que asuman roles mas activos dentro de su grupo.

En la mayoría de los grupos existen pocos socios que desempeñan el papel de solo observar, solo el 18.6% del total de la alianza, este porcentaje agrupa personas que no llevan mucho tiempo en la OCD y no se sienten en la capacidad de hacer sugerencias para la solución de inconvenientes.

Se observa que el grupo de personas que contribuye aportando recursos (22.9%) no es muy significativo comparado con el resto de papeles que desempeñan los socios, debido quizás la carencia de ingresos que poseen las diferentes familias que hacen parte de la Alianza; una vez más es comprobado que dichos integrantes no poseen el poder adquisitivo necesario para costear capacitaciones técnicas, organizaciones y comerciales para obtener una producción tecnificada y poseer los vínculos para posibles clientes potenciales en la compra de dicha producción de mora. Por eso se hace importante e indispensable la ayuda de entes públicos y privados que contribuyan al sostenimiento y mejora del campo, lo cual a su vez puede desembocar en el incremento necesario de los recursos que permiten en algún momento el autosostenimiento o por lo menos la capacidad económica para que los asociados hagan aportes significativos y no dependan totalmente de los prestamos créditos y donaciones a que tiene derecho por hacer parte de la alianza.

## 6.2.1 Situación Actual (Análisis de los Servicios)

**Tabla 2. Principales motivos de vinculación a la OCD**

MOTIVOS	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
ASESORÍA TÉCNICA Y CAPACITACION:	142 30.80%	Asoflomora 100%	BUGA
		Asofrumo 100%	TULUA
		Asofruteros 100%	TRUJILLO
		Jardimora 100%	GINEBRA
		Asomora 94.7%	TRUJILLO
		Famimora 94.1%	GINEBRA
		Acep 92.9%	GINEBRA
		Asoagropec 75%	GINEBRA
CRÉDITOS:	85 18.44%	Jardimora 66.7%	GINEBRA
		Acep 57.1%	GINEBRA
		Asoflomora 53.8%	BUGA
INCREMENTO DE INGRESOS:	83 18%	Asomora 68.4%	TRUJILLO
		Agrimora 63.6%	TRUJILLO
DESARROLLO PERSONAL:	81 17.57%	Asoagropec 58.3%	TULUA
COMERCIALIZACIÓN:	62 13.45%	Preaman 77.8%	TULUA
		Agrimora 54.5%	TRUJILLO
OTROS:	8 1.74%		
TOTAL:	162 100%		

**NOTA:** Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 13 ubicados en los anexos página 21.

De acuerdo a la Tabla número 2 el principal motivo que manifestaron los encuestados fue **Asesorías técnica y Capacitaciones** que brinda el proyecto a sus socios en un 30.80% con el fin que los agricultores aprendan a manejar sus cultivos de la manera más adecuada y eficiente para así tecnificarlos y aumentar el potencial de producción con ánimos de comercializar mayores cantidades de Mora a los clientes (Mercado en Fresco y/o Industria) que posee el proyecto y de esta manera posteriormente aumentar sus ingresos.

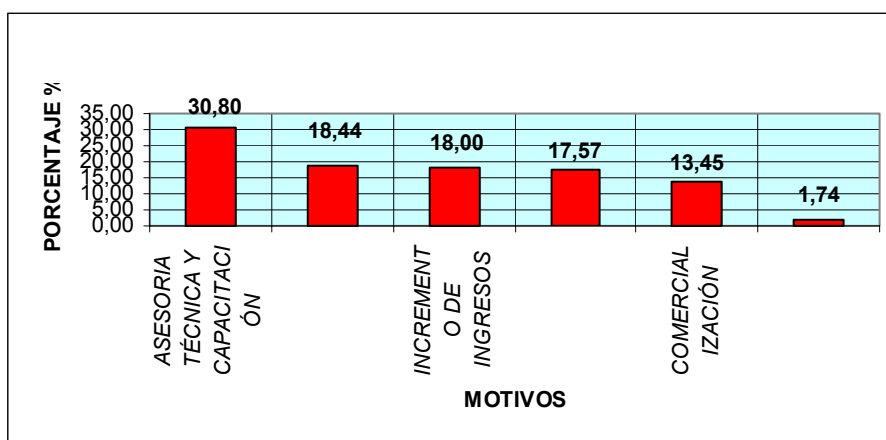
El fácil **Acceso a Créditos** fue el segundo motivo de mayor importancia en un 18.44%; dinero que reciben mediante **ASOFAMORA**, este beneficio se ha constituido de alguna manera en la novedad del proyecto una vez que se están ofreciendo los recursos necesarios para el establecimiento de cultivos con todas las especificaciones tecnológicas que garanticen su productividad y rendimiento, para el pago del compromiso adquirido y la sostenibilidad del cultivo.

Los socios de la alianza se integran a esta con el ánimo de **Incrementar sus ingresos** en un 18% y que estos a su vez sean permanentes y no repercutan con los cambios de clima (Meses de mayor producción y Meses de menor producción), pues de esta manera dicho proyecto brinda gran estabilidad de ingresos a los integrantes. Sin embargo otras personas ingresan a la alianza con el fin de buscar

un **desarrollo personal** manifestado en un 17.57%, ya que hay algunos individuos que no pudieron nunca acceder a la escuela y otros en solo tienen Primaria.

Otro aspecto muy atractivo es la **Comercialización** en un 13.45% que constituye la posibilidad de garantizar el mercadeo para la producción mediante la firma de contratos con la agroindustria que garantizan precio estable y la compra de volúmenes importantes de fruta. De otra parte esta el mercado especializado que ofrece también garantías en cuanto a volúmenes, precios y pagos y da la oportunidad de generar valor agregado al producto. Estos dos canales tienen como finalidad la comercialización para así garantizar mejores ingresos con mayor sostenibilidad. En una proporción muy pequeña del 1.74% (Otros) se vincularon a la alianza por diferentes motivos de los que se mencionaron anteriormente.

**Grafico 3. Motivos de vinculación a la alianza**



Es interesante conocer la percepción que hay en los integrantes de las diferentes OCD's respecto a los grupos comunitarios que ellos mismos hacen parte vs. Los motivos de vinculación anteriormente mencionados.

**Tabla 3. Grupo comunitario vs. motivos de vinculación de la alianza**

Motivos de Vinculación a la OCD	Grupo Comunitario				
	TOTAL	NINGUNO	Junta de Acción Comunal	Asociación de Padres de Familia	OTRAS
Asesoría Técnica y Capacitación	142 87.7%	67 87.01%	41 87.2%		31 91.2%
Créditos	85 52.5%	43 55.84%	22 46.8%		20 58.8%
Desarrollo Personal	81 50%	39 50.64%	23 48.9%	1 100%	17 50%
Incremento de Ingresos	83 51.2%	39 50.64%	24 51.1%		17 50%
Comercialización	62 38.3%	35 45.45	14 29.8%		10 29.4%
Otros	8 4.9%	1 1.29%	5 10.6%	1 100%	1 2.9%
Total %	162 284.6%	77 245.42%	47 274.5%	1 200%	34 282.4



La tabla número 3 en la columna que hace referencia a ningún grupo comunitario es por que en el diseño de la encuesta se tuvo en cuenta que ninguno es pertenecer a la “Alianza Agroempresarial de la Mora” de esta manera podemos resaltar que dichos agricultores les resulta más atractivo vincularse a las diferentes OCD’s con el ánimo de satisfacer sus necesidades. Dicha tabla muestra que el principal motivo de vinculación algún grupo comunitario (en un 87.7%) es la necesidad de recibir asesorías técnicas y capacitaciones motivo que se disputa en los grupos comunitarios y la alianza, seguido por los créditos asociativos a que pueden acceder manifestado por el 52.5% de los Agricultores, al igual que el incremento de ingresos y desarrollo personal expresados en un 51.2% y 50% respectivamente y comercialización en un 38.3% del total de la Alianza.

Estos resultados manifiestan la importancia que han otorgado los agricultores durante los últimos tres años a los procesos de capacitación como medio para el mejoramiento no solo de sus cultivos, sino que abarcan aspectos como son las relaciones sociales, comunitarias e interinstitucionales, la capacidad de negociación y de interlocución ante diferentes instancias que les ha dado la oportunidad de ganar espacios y representatividad no sólo a nivel local sino incluso regional y nacional a través de ASOFAMORA.

Los agricultores además de pertenecer a las diferentes OCD’s también se vinculan a otros grupos comunitarios como: La junta de acción comunal resultando el grupo más atractivo después de la “Alianza Agroempresarial de la Mora” o por lo menos es al que la mayoría de la personas deciden integrarse para así tener una cuota de opinión o participación dentro de las actividades sociales de la vereda representado en un 29.6% <sup>(1)</sup> del total de la Alianza, seguido por un porcentaje mínimo la asociación de padres de familia en un 0.06%.

Sin embargo existe un porcentaje mayor del 48.42% <sup>(1)</sup> donde los integrantes de la Alianza no pertenecen a ningún otro grupo comunitario solo el de las OCD’s. Esta situación nos pone de manifiesto la importancia que han ido recuperando poco a poco dentro de las zonas rurales las organizaciones que generan desarrollo social pero igualmente invita a que este proceso se debe seguir motivando ya que son muchos los que aún no se han vinculado.

## 6.2.2. Percepción de los beneficios que reciben los socios de la alianza.

**Tabla 4. Percepción de los beneficios que reciben los socios de la alianza.**

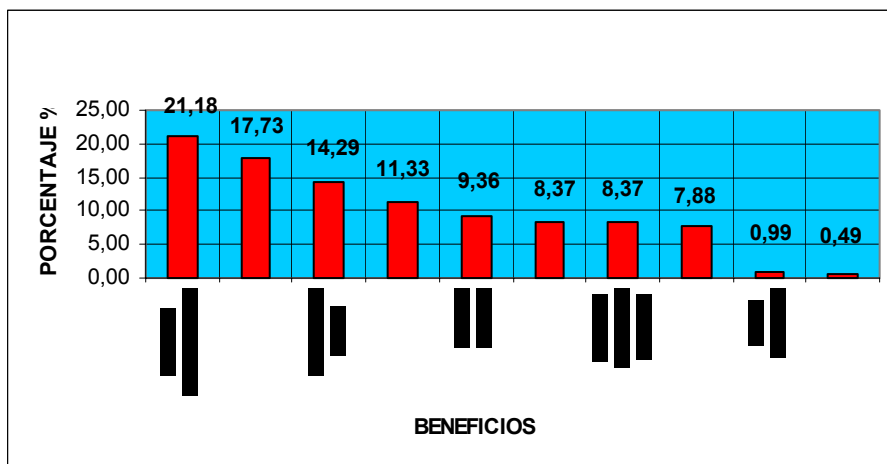
BENEFICIOS	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
<b>Asesoría (Ayudas Técnicas):</b>	<b>43 21.18%</b>	Acep 69.2%	GINEBRA
		Asofruto 52.9%	TULUA
		Famimora 35.3%	GINEBRA
		Agrimora 25%	TRUJILLO

<b>Crédito:</b>	<b>36</b> <b>17.73%</b>	Asopas 71.4%%	TULUA
		Jardimora 53.3%	GINEBRA
		Asofruteros 41.2%	TRUJILLO
		Asomora 36.8%	TRUJILLO
		Famimora 35.3%	GINEBRA
<b>Capacitación Técnica:</b>	<b>29</b> <b>14.29%</b>	Asoagrupec 45.5%	GINEBRA
		Preaman 44.4%	TULUA
<b>Comercialización:</b>	<b>23</b> <b>11.33%</b>	Preaman 22.2%	TULUA
<b>Dinero o Recursos:</b>	<b>19</b> <b>9.36%</b>		
<b>Insumos:</b>	<b>17</b> <b>8.37%</b>	Asoprovenus 42.9%	TULUA
		Asomora 42.1%	TRUJILLO
<b>Proyectos Productivos integrales:</b>	<b>17</b> <b>8.37%</b>	Asofruteros 85.7%	TRUJILLO
<b>Ninguno:</b>	<b>16</b> <b>7.88%</b>	Asoflomora 46.2%	BUGA
		Asoprovenus 41.7%	TULUA
<b>Fondos Rotatorios:</b>	<b>2</b> <b>0.99%</b>		
<b>Facilidades para Trabajar:</b>	<b>1</b> <b>0.49%</b>		
<b>TOTAL:</b>	<b>203</b> <b>100%</b>		

**NOTA:** Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 19 ubicada los anexos página 24.

De igual manera se hizo necesario indagar la percepción que tienen los integrantes de las diferentes OCD's en cuanto a los beneficios que brinda el proyecto, con el ánimo de evaluar si están acordes con los servicios que ofrece la Alianza para así fortalecerlos mediante capacitaciones. Debido a los resultados arrojados como se muestran en la Tabla número 6 se consideran que estos fueron muy variados, donde los integrantes manifestaron recibir muchos beneficios por parte de ASOFAMORA en diferentes aspectos.

**Grafico 4. Beneficios que recibe por pertenecer a la alianza**



De acuerdo al Gráfico número 4, los socios manifestaron de igual forma que el beneficio que ellos reciben constantemente son la asesorías técnicas en un 21.18% para así tecnificar sus cultivos y manejarlos de la manera mas adecuada. Los grupos Acep, Asofrumo, Famimora y Agrimora concordaron que el mayor beneficio es la Asesoría Técnica representada en un porcentaje del 69.2%, 52.9%, 35.3% y 25% respectivamente.

El segundo beneficio es el acceso a Créditos en un 17.73% debido a la búsqueda de una mejor calidad en la fruta y mayores volúmenes de producción dichos créditos son otorgados en insumos y no en dinero para que los asociados generen mas oportunidades de tecnificar sus cultivos y a su vez de mejorar la productividad.

Sin embargo, las necesidades de una organización a otra varían, y los beneficios esperados también, haciendo ineludible examinar cada una de están necesidades, es así entonces que la mayoría de los integrantes de Asomora opinan que los recursos sean destinados a mejorar las viviendas de los socios. Por su parte los Agricultores pertenecientes a Asopas desean tener mayor acceso créditos buscando tener más dinero para invertir en el cultivo; intención que también comparten el 33.3% de quienes hacen parte de Acep. En Asoflomora, además de créditos el deseo es tener acceso a más recursos para mejorar sus viviendas y sus condiciones de vida.

La capacitación Técnica es también la prioridad representada en un 14.29% donde podemos argumentar que las asesorías técnicas y la Capacitación técnica es muy importante para el agricultor. Del 30.8% de los integrantes de Asoprevenus; del 23.1% de los agricultores de Famimora; el 33.3% de los pertenecientes a Preaman; igualmente el 42.9% de los individuos de Asofruteros y el 50% de los socios de Asoagropec manifestaron que el beneficio que más reciben ellos fue el que anteriormente mencionamos en el largo plazo significa una producción muchísimo mas eficiente, pues teniendo los conocimientos necesarios su producción será mas eficiente. Sin embargo en un 7.88% del total de los afiliados percibe que no recibe ningún beneficio por pertenecer a ASOFAMORA ubicados en las OCD's Asoflomora con 4 socios del total del grupo y Asoprovenus con 3 socios del total del grupo.

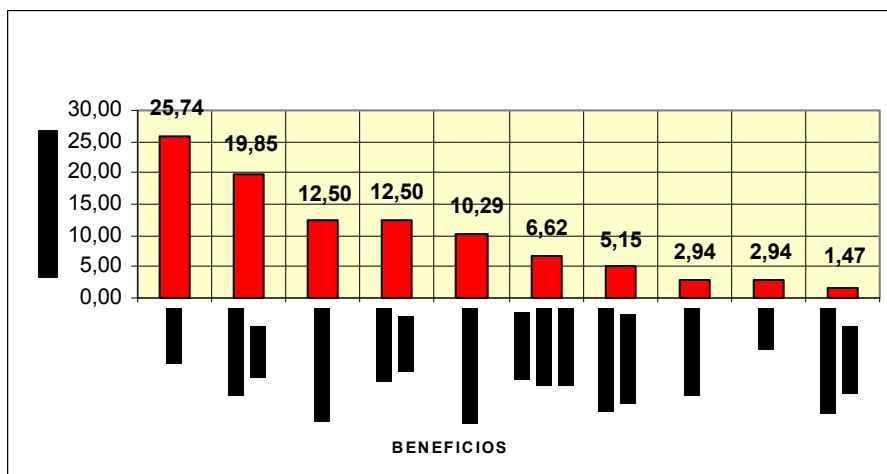
**6.2.2 Beneficios que le gustaría recibir de Asofamora:** Los agricultores que se han vinculado a ASOFAMORA esperan recibir de esta Asociación múltiples beneficios en busca de mejorar la calidad y cantidad de su producción, mejorar su calidad de vida, brindarle a su familia mayores y mejores oportunidades de educación, salud, recreación y vivienda, por eso se hizo necesario indagar los beneficios que a ellos en particular les gustaría recibir en pro de la fundación en saber sus necesidades con el objetivo de que estas puedan ser satisfechas mediante la firma de contratos para la comercialización de la mora.

**Tabla 5. Beneficios que le gustaría recibir de Asofamora**

BENEFICIOS	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
<b>Más Créditos:</b>	<b>35 25.74%</b>	Asoflomora 45.5%	BUGA
		Asofruteros 42.9%	TRUJILLO
		Asoagrupec 40%	GINEBRA
		Acep 28.6%	GINEBRA
		Asopas 28.6%	TULUA
		Jardimora 20%	GINEBRA
<b>Más Capacitación Técnica:</b>	<b>17 19.85%</b>	Preaman 33.3%	TULUA
		Famimora 20%	GINEBRA
<b>Dinero - Recursos:</b>	<b>17 12.50%</b>	Agrimora 50%	TRUJILLO
<b>Ayuda para Vivienda:</b>	<b>17 12.50%</b>	Asomora 36.8%	TRUJILLO
		Asoflomora 26.7%	BUGA
<b>Comercialización:</b>	<b>14 10.29%</b>	Asoprovenus 42.9%	TULUA
<b>Gestión de Proyectos a largo plazo:</b>	<b>9 6.62%</b>		
<b>Transporte para la producción:</b>	<b>7 5.15%</b>	Asofrumo 28.6%	TULUA
<b>Mano de obra:</b>	<b>4 2.94%</b>		
<b>Más apoyo a nivel general:</b>	<b>4 2.94%</b>		
<b>Continuidad con proyectos:</b>	<b>2 1.47%</b>		
<b>Total:</b>	<b>136 100%</b>		

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 20 ubicada los anexos página 25.

**Grafico 5. Beneficios que le gustaría recibir**



Según la Tabla número 5 podemos resaltar que los beneficios que le gustaría recibir a los integrantes de los grupos comunitarios de desarrollo es tener la facilidad de acceder a más créditos en un 25.74%, seguido de Más capacitación técnica en un 19.85% es decir, que estas se den constantemente con el objetivo de que los agricultores cada día avancen a una mejor producción de la mora con el fin de que en un futuro manejen la figura ellos mismos de empresarios, la consecución de Dineros o Recursos es un beneficio que le gustaría recibir y este fue expresado en un 12.50% en donde el 50% de los agricultores de Agrimora se caracterizan por considerar el dinero y recursos como los más importantes beneficios que desean recibir de Asofamora.

El 12.50% están interesados es que les den materiales o ayudas para adecuar mejor sus viviendas, la comercialización se hizo presente en los agricultores en un 10.29%, gestionar proyectos a largo plazo que de una manera le de continuidad al proyecto de la Fundación Carvajal también es importante para los socios en un 6.62%.

La posibilidad de obtener transporte para la producción fue manifestada en un 5.15% dada que las condiciones climáticas aptas para el cultivo de la mora hace que este se desarrolle en las cordilleras del Departamento, el desplazamiento del producto hasta el comprador final se traduce en un factor a tomar en cuenta para este tipo de análisis, por ello en Asofrumo, el beneficio mas esperado es la mejora de los medios de transporte en un 28.6% de los casos, ya que seguramente no todas las fincas tiene facilidad para conducir la producción hasta la vereda y los centros de acopio.

De esta manera se puede deducir que las familias adscritas a este proyecto no solo persiguen una beneficio monetario al incrementar sus volúmenes comercializables, sino que de alguna manera están consientes de que la presencia de muchas entidades en estas zonas contribuye al mejoramiento en su calidad de vida considerando el cultivo de la mora como la alternativa que les permite alcanzar este desarrollo.

#### **6.2.4 Roles y Aprendizaje de los afiliados INTER-INSTITUCIONALES**

##### **Roles de los afiliados**

- Velar por cumplimiento de los objetivos comunes acordados, que permitan satisfacer los intereses propios de cada socio y los del colectivo.
- Mantener la autonomía, el interés y las motivaciones de los actores aliados y de las entidades de apoyo.
- Promover las relaciones de reciprocidad entre los aliados, sobre la base de criterios de igualdad y reglas de juego convenidas
- Propiciar la interrelación de los aportes de los socios (sus fortalezas), que permita a los pequeños productores tener acceso a tecnología, mercado, financiamiento y gestión socio empresarial.
- Promover el fortalecimiento de los liderazgos individuales y colectivos.

- Mantener una visión compartida del desarrollo integral, en coherencia con la política pública.

### **Aprendizajes.**

Definición de objetivos claros, compromisos y responsabilidades de cada uno de los socios, como de las relaciones de reciprocidad, formalizados a través de convenio-reglamento interno, facilitando el logro de los resultados.

- Los beneficiarios del proyecto agremiados en Asomora en asocio con el sector privado, son la esencia de la Alianza.
- El liderazgo colectivo y las responsabilidades compartidas generaron un proceso pedagógico de construcción institucional la Alianza indispensable.
- Las Alianzas mejoran la capacidad de participación y el empoderamiento de los beneficiarios en un ambiente de confianza, de cohesión social y de solidaridad.
- Estos procesos demandan una actitud abierta al cambio, una mirada más integral del negocio y el rompimiento de modelos individuales de intervención generados desde la oferta.
- Las alianzas son una oportunidad con base en sus aprendizajes para la construcción de la nueva política pública incluyente.
- La comunicación efectiva es vital para la buena marcha de la alianza.
- La identificación clara y objetiva de las demandas o necesidades de la alianza es calve para la formulación de los servicios de intervención y apoyo.
- Las decisiones en consenso potencian mejor a la alianza, que las tomadas por mayoría.

## **6.3 PROBLEMÁTICA DE LA ALIANZA**

### **6.3.1 Principales dificultades que afectan el funcionamiento de la OCD:**

Además de los factores exógenos que constituyen una problemática para una mejor adecuación del cultivo de la mora también existen inconvenientes al interior de las diferentes organizaciones que son considerados factores endógenos que perturban el buen desempeño de las organizaciones y la Alianza en su conjunto.

Por ello, cuando en la sociedad se presentan problemas lo ideal es detectarlos y tratar de solucionarlos, sin embargo, adicional a estos problemas existen actitudes en las personas que incrementan la imposibilidad de darles solución. De esta manera se hace menester saber que problemas están afectando al buen funcionamiento de la OCD y como se pueden solucionar.

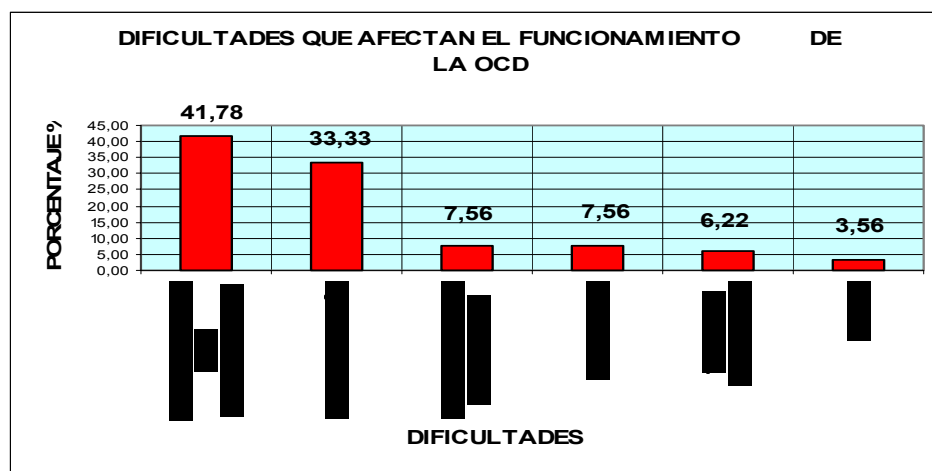
**Tabla 6. Principales dificultades que afectan el funcionamiento de la OCD**

DIFICULTAD	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
		Asomora 94.4%	TULUA
		Asofruteros 85.7%	TULUA

Incumplimiento de Compromisos:	94 41.78%	Asopas 71.4%	TULUA
		Agrimora 63.6%	TULUA
		Famimora 62.5%	BUGA
		Acep 57.1%	TRUJILLO
		Preaman 55.6%%	TULUA
		Asoflomora 53.8%	GINEBRA
Comunicación:	75 33.33%	Asofrumo 82.4%	TULUA
		Asomora 77.8%	BUGA
		Asoagrupec 66.7%	GINEBRA
		Jardimora 46.7%	TULUA
		Asoprovenus 41.7%	TRUJILLO
Resolución de Conflictos:	17 7.56%	Jardimora 26.7%	GINEBRA
Liderazgo:	17 7.56%	Asopas 42.9%	
Toma de Decisiones:	14 6.22%	Agrimora 27.3%	TRUJILLO
Otras:	8 3.56%		
TOTAL:	225 100%		

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 18 ubicada los anexos página 24.

**Grafico 6. Dificultades que afectan el funcionamiento de la OCD**



De acuerdo a la gráfica número 6 los problemas mas destacados que se detectaron fue el **Incumplimiento de Compromisos** expresado por el 41.78% de los encuestados, la poca asistencia de muchas familias a las reuniones programadas con el fin de desarrollar las actividades organizativas, de capacitación técnica y de postcosecha limitan sustancialmente el buen funcionamiento de la OCD, debido a que de esta manera los no asistentes

quedan atrasados en la información infundida de tal manera que el manejo que se le da a su cultivo no será al mismo de aquellos socios que si cumplen con sus compromisos y aplican los conocimientos adquiridos; de la misma manera, el incumplimiento en los volúmenes comprometidos a entregar entorpecen el buen desempeño de la organización debido a que el nombre de la organización ante los clientes queda en malos términos.

Otra razón de peso es la **falta de Comunicación** entre los asociados representada por el 33.33%, de esta manera resulta prescindible diseñar algún tipo de estrategias que contribuyan al mejoramiento de este hecho ya que controlar este tipo de dificultades podría conducir al éxito de proyectos futuros.

Cuando en un grupo existen diferencias entre sus integrantes es necesario detectarlos y emprender un plan de mejora e integración entre las personas que poseen desacuerdos con el fin de no acabar con la armonía que existe entre los diferentes grupos de la alianza con el ánimo de resolverlos para que no entorpezca el buen funcionamiento, de esta manera la no **resolución de conflictos** es un problema que está afectando a los grupos en un 7.56% al igual que el **liderazgo** que de manera directa afecta el manejo de los grupos.

Es necesario que los técnicos, trabajadoras sociales, los miembros que pertenecen a la Junta de Asofamora y los demás integrantes tomen decisiones de una manera clara, sencilla y veraz con el fin de no inestabilizar a los grupos ya conformados; puesto que la toma de una mala decisión no solo afecta a pocas personas sino también a todo el grupo contribuyendo a que se entorpezca el objetivos de la alianza; dicho factor (**toma de decisiones**) de igual forma fue manifestado por lo encuestados en un 6.22%.



## **7. CONTEXTO SOCIECONOMICO**

### **7.2 Diagnostico de la Comunidad:**

El proyecto se desarrolla con familias de pequeños productores de mora de la zona alta del municipio de Ginebra, Guacarí, El Cerrito, Tulúa, Buga y Trujillo; Sin embargo el diagnostico de la comunidad se realizó en los municipios de Ginebra, Tulúa, Trujillo y Buga dado que los restantes municipios son OCD's nuevas para ser evaluados.

Los integrantes de la alianza son propietarios de fincas con un área de 0.5 Has a 2.5 Has de extensión de las cuales 0.5 Has están cultivadas en mora, con larga tradición y cultura en el manejo del cultivo. Las familias de los municipios beneficiados del proyecto están compuestas básicamente por estructuras nucleares; es decir, padre, madre e hijos. En un 10% se encuentran familias donde la cabecera del hogar es la madre.

El proyecto inicialmente estaba beneficiando a 515 pequeñas familias productoras de mora de economía campesina donde sus condiciones están en minifundio, las familias de carácter extenso están integradas por 5 miembros donde aquellas familias tienen una tradición de mora de mas de 50 años, fruto de este proceso hoy los campesinos han generado algunos pasos incipientes de organización comunitaria con el objetivo de generar mayores y permanentes ingresos a los socios de la alianza en busca de una mejor calidad de vida.

A pesar que en la actualidad hay 187 familias actuando para la producción de mora donde 8 OCD's están legalmente constituidas y otras 6 OCD's están insertas en un modelo de agricultura por contrato. Sin embargo cada día la Fundación Carvajal junto con las otras entidades que cooperan en este proyecto busca que otros municipios y/o veredas interesadas se integren al proyecto para que de esta manera se beneficien los habitantes de la zona rural. Las OCD's beneficiarias del proyecto viven procesos de fortalecimiento socio empresarial que les permiten fortalecerse como gremio y lograr ventajas y posicionamiento local además de las capacitaciones de tipo social y técnico.

Las encuestas que se realizaron a los integrantes de las diferentes OCD's tenía como objetivo identificar, analizar y determinar las Condiciones Básicas en que se encuentra dicha población tratando de predeterminar hasta que punto estas condiciones: el nivel escolar, el empleo, y la salud se encuentran satisfechas dentro del proceso productivo de la mora. También se hizo necesario saber el número de integrantes que compone cada familia perteneciente a la Alianza y saber que ocupación realiza cada uno, con miras de sustentar la tradición agrícola

(morera) que poseen los socios y que potencial puede llegar a tener cada grupo debido a los miembros que compone cada familia.

Las familias que pertenecen a la “Alianza Agroempresarial de la Mora” están constituidas en familias Nucleares en un 59.9% es decir, son 91 familias de las 152 familias que hay en total, seguido de familias Extensas en un 15.1% representadas en 23 familias del total, finalmente la opción otros (Familias con un solo miembro, etc.) en un 25% representadas en 152 familias del total.

**7.2.1 Vivienda:** Para el análisis del desempeño del proyecto “Alianza Agroempresarial de la mora” se considero pertinente indagar en el tipo de tenencia de la tierra de los socios vinculados a dicho proyecto en el área en donde se encuentran ubicados en Zona Rural del departamento Valle del Cauca, en la búsqueda se encontró que 121 personas que integran la alianza representado en un 74.7% son propietarios de las fincas, mientras que 20 asociados del total de la alianza representado en un porcentaje mucho mas bajo (del 12.3%) de los socios arriendan las viviendas y los cultivos en los que trabajan y que a su vez son fuente de supervivencia, mientras que solo 6 personas son incorporadas en un porcentaje muy bajito 3.7% finalmente en un 1.9% son Aparceros es decir, son personas que poseen un contrato o convenio para trabajar en una finca sin tener parentesco alguno y estas son solo 3 personas.

Además de indagar el tipo de tenencia de la finca era necesario observar en que condiciones se encuentran las viviendas de los integrantes de la alianza con el objetivo de posteriormente conseguir posibles ayudas de entes privados o públicos para una mejor adecuación de viviendas, asimismo para saber si dichas viviendas cumplen con las mínimos estándares de construcción ya que, la mala adecuación y distribución de las viviendas proporciona síntomas de alerta para dichas personas, puesto que sería estas casas más vulnerables a fenómenos naturales debido a la mala construcción. De igual manera se examinó las condiciones físicas de vivienda para analizar el contexto en el cual los campesinos conviven con sus familias para así determinar si existe hacinamiento y la incidencia de estas en la producción de mora.

Los resultados obtenidos en la encuesta muestra las condiciones físicas de las viviendas en las que habitan los campesinos; se encontró que la mayoría de las casas tienen sus paredes de madera en un 67.5% de los encuestados constituyendo 106 personas, seguidos de un 19.7% de casas cuyas paredes están construidas en bahareque (31 socios), 13 personas respondieron que las paredes están construidas en Ladrillo en un 8.3%, 2 integrantes manifestaron que sus paredes están construidas en plástico en un 1.3% finalmente en Tierra y Cemento en un 0.06% cada una y 1.9% en otros materiales están contruidos las paredes (3 socios).

En cuanto a los pisos aproximadamente el 81.3% de las casas están construidas sobre pisos de madera (126 socios), en un 13.5% los pisos son de cemento (21 socios), en un 3.2% es de tierra los pisos (5 socios), finalmente se encontraron

pisos contruidos en ladrillo, bahareque y mosaico en un 0.06% cada una (3 socios).

El material mas común para la construcción de los Techos son las tejas de Zinc en un 85.2% de las viviendas utilizan este material (132 socios), en un 5.8% las tejas son de barro (9 socios), algunos techos utilizaron materiales como: madera y teja de cartón en un 3.2% cada una (10 socios), en un 1.9% son los techos son de eternit (3 socios), finalmente en un 0.06% los techos son de Ladrillo (comúnmente conocido como plancha) solo un socio.

**7.2.2 Educación:** Las familias que integran ASOFAMORA se caracterizan especialmente por tener un número amplio de integrantes que van desde dos integrantes hasta cinco integrantes (151 familias). Esta situación indica que se trata en su mayoría de familias nucleares e igualmente denota una amplia disminución de las familias extensas (tres generaciones) y familias con numerosos hijos, en buena parte a una toma de conciencia frente a la posibilidad de ofrecer mejores condiciones de vida a una familia más pequeña, igualmente las condiciones de orden público y económicas también han sido condicionantes de este cambio.

**Tabla 7. Ocupación y número de integrantes de la alianza**

Ocupación	TOTAL	Integrantes		
		1 A 2	3 A 5	6 A 10
AGRICULTOR	122 80.8%	27 67.5%	70 83.3%	25 92.6%
AMA DE CASA	110 72.8%	19 47.5%	67 79.8%	24 88.9%
ESTUDIANTE	100 66.2%	10 25.0%	64 76.2%	26 96.3%
DOCENTE	5 3.3%	1 2.5%	4 4.8%	0
TRABAJA	4 2.6%	0	3 3.6%	1 3.7%
JORNALERO	1 0.07%	0	0	1 3.7%
MAYORDOMO	1 0.07%	0	1 1.2%	0
COMERCIANTE	1 0.07%	0	1 1.2%	0
OTROS	5 3.3%	1 2.5%	3 3.6%	1 3.7%
<b>TOTAL</b>	<b>151 231.1%</b>	<b>40 145.0%</b>	<b>84 253.6%</b>	<b>27 288.9%</b>

NOTA: La suma total no da un 100% debido a que la encuesta fue diseñada de tal manera que los encuestados podrían resolver varias opciones; esto quiere decir que una persona puede tener varias ocupaciones Ejemplo: Estudiante-Agricultor etc. Los datos por OCD se encuentran en los anexos Tabla 61 – 61.11 Páginas 62-67.

Según la Tabla número 7 en la “Alianza Agroempresarial de la Mora” los integrantes tienen diversas ocupaciones: Agricultor en un 80.8%, Ama de Casa en un 72.8%, Estudiante 66.2%, Docente en 3.3%, Trabajador en un 2.6%, Jornalero en un 0.07%, Mayordomo en un 0.07%, Comerciante en un 0.07% entre otros.

El hecho de contar con familias con un buen número de integrantes (84 de ellas son familias que están conformadas de 3 a 5 integrantes) permite garantizar que se cuente con mano de obra familiar suficiente para el manejo de cultivo, y que demande menos mano de obra externa disminuyendo ampliamente los costos de producción, al tiempo que si se establecen cultivos altamente productivos se ofrece la oportunidad a los jóvenes de acceder a ingresos sin necesidad de abandonar el campo. En esta medida las diferentes labores del cultivo pueden ser distribuidas entre los miembros de la familia de acuerdo a sus capacidades sin recargarlas solo en el padre como tradicionalmente ocurre. Igualmente en la medida que haya mayor participación de los integrantes de la familias se garantiza la continuidad del cultivo ya que el manejo de este constituye parte del aprendizaje y del diario vivir de los hijos.

En una menor proporción aparecen las familias compuestas por dos integrantes (40 familias) que bien pueden ser parejas jóvenes que aún no tienen hijos o parejas de adultos mayores que en la actualidad viven solos y por último 27 familias de 6 a 10 integrantes.

En cuanto a la **Ocupación** las principales actividades a las que se dedican los integrantes de las familias de ASOFAMORA son la agricultura, ama de casa y estudiante.

**Tabla 8. Ocupación de los socios de la alianza agro empresarial de la Mora**

OCUPACION	PERSONAS	PORCENTAJE
AGRICULTOR	122	34,96
AMA DE CASA	110	31,52
ESTUDIANTE	100	28,65
DOCENTE	5	1,43
TRABAJA	4	1,15
JORNALERO	1	0,29
MAYORDOMO	1	0,29
COMERCIANTE	1	0,29
OTROS	5	1,43
<b>SUMA TOTAL</b>	<b>349</b>	<b>100%</b>

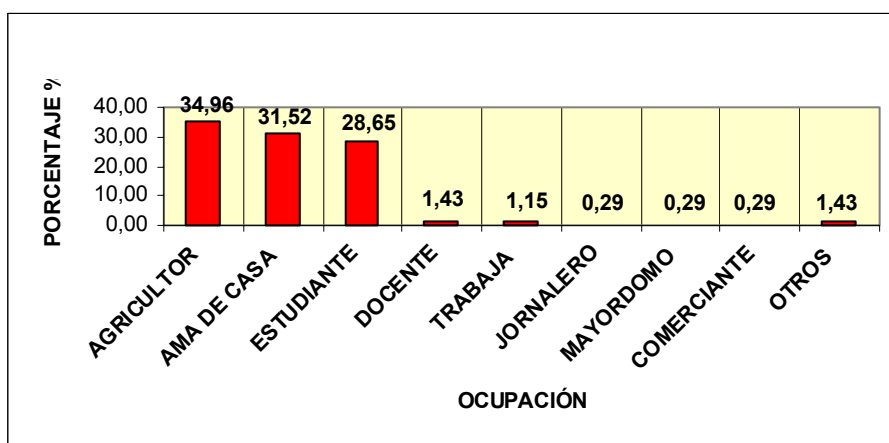
**NOTA:** Los datos se encuentran por OCD en los Anexos Tabla N°: 61-61.11 Páginas: 62-67

Según la tabla número 8 las dos primeras ocupaciones (Agricultor y Ama de Casa) denotan un fuerte arraigo hacia las actividades asignadas tradicionalmente a hombres y mujeres lo que de alguna manera garantiza la continuidad de los cultivos en la medida que la institución familiar se mantiene; pero igualmente alerta sobre la necesidad de trabajar en torno a cuestiones de género para dar mayor protagonismo a la mujer dentro de la actividad agropecuaria y al negocio de la finca. Igualmente sobresale el hecho de que hay una muy buena dedicación a las actividades educativas debido a las dificultades de desplazamiento que hay de la casa al centro educativo en un 28.65% son estudiantes lo que manifiesta el interés de los padres por brindar mejores oportunidades a sus hijos, al igual esto indica un mejoramiento en la oferta de servicios sociales en las zonas rurales. Esta

condición contribuye a que en un futuro contemos con jóvenes agricultores mejor preparados y con mejores condiciones académicas que les permita desarrollar la actividad agropecuaria de una manera más organizada y planeada.

Cabe destacar la marcada independencia laboral de las familias pertenecientes a la alianza; puesto que el porcentaje de personas que se dedican a actividades por fuera de la finca como son jornaleros, mayordomo, comerciantes solo representa el 0.29% dicho porcentaje no es representativo. Se debe aclarar que en algunas épocas del año algunos de los agricultores si venden su mano de obra como jornaleros especialmente en la cosecha de café, pero esta situación es transitoria.

**Grafico 7. Ocupación de los integrantes de la alianza**



Como podemos notar en la gráfica número 7 la actividad que sobresale es la Agricultura en un 34.96%, Seguido de Ama de Casa en un 31.52%, Estudiante en un 28.65%, Docente en un 1.43%, Trabajador en un 1.15%, finalmente Jornalero – Mayordomo – Comerciante en un 0.29% cada uno y Otros en un 1.43%.

La ocupación más relevante para la “Alianza Agroempresarial de la Mora” es **Agricultor** debido al objetivo que esta posee (Autosostenibilidad del Campo). Entre quienes se dedican al cultivo de Mora se destaca el Padre en un 28.8% como líder del cultivo, acompañado de la madre quien participa con un 19%, sin embargo cabe anotar que los hijos suman un 36.4% de la población cultivadora de mora sin embargo esto varía de familia a familia puesto que no todos los hijos se encuentran en edad para trabajar y colaborar a los mayores. En los grupos Famimora, Asopas y Asoflomora todos los integrantes se dedican exclusivamente a la agricultura, representado en un 100%, lo que resulta provechoso para la Alianza, ya que se trata de personas con tradición agrícola y que representa su única fuente de ingresos, lo que garantiza la continuidad para el proyecto a pesar de las dificultades que a diario deben sobrepasar.

El grupo de Asopas cuenta con buena participación de la mujer en el grupo y pesar de ser agricultores no posee tradición morera por lo que se debe enfatizar en la capacitación técnica, para garantizar el éxito del proyecto. Por otra parte Asoflomora es un grupo recién conformado, no tiene en el momento cultivos de mora, pero han iniciado el proceso de capacitación.

El segundo grupo que arrojo mayor porcentaje en agricultura es Asomora en un 94.4% del total del grupo. Este grupo se caracteriza por estar conformado por personas mayores lo que puede representar una desventaja para la Alianza, una vez que no se denota un relevo generacional lo que puede amenazar la continuidad con los cultivos.

La ausencia de jóvenes puede justificarse de alguna manera por los problemas de orden público que han llevado a que estos emigren de la zona o el interés por otro tipo de actividades o cultivos deferentes a la mora.

La OCD Agrimora arrojo un porcentaje en la actividad agrícola un 90.9% del total, en este grupo no se encuentran socios del genero femenino vinculadas directamente al cultivo, pero se desempeñan en otras labores dentro de la asociación (Secretaria), esto se debe en buena parte a que los integrantes viven en el caserío del corregimiento y los cultivos se encuentran bastante distantes de este, lo que de alguna manera impide que la mujer o los hijos menores se involucren de manera directa y más rápida en el cultivo; además que se trata de familias de descendencia paisa donde abriga la cultura de que es el hombre es el que trabaja la tierra. Jardimora participa en la actividad agrícola en un 85.7%, la mayoría de las familias son nucleares de 3 a 5 integrantes y se presenta una activa participación de la mujer en las diferentes labores del cultivo de la mora. Sin embargo es un grupo que presenta frecuentes desvinculaciones a la OCD.

Las OCD's Asoagropec en un 84.6%, Acep (Ahora Fruticampo) en un 78.6%, Preaman (Ahora Praman) en un 71.4%, Asofrumo en un 70.6%, Asoprovenus en un 69.2% y Asocfruteros en un 25%; se dedican en menor proporción a la actividad agrícola comparada con el resto de los grupos pertenecientes a la Alianza.

La población de Asoagropec esta constituida básicamente por personas mayores entorpeciendo ha largo plazo la continuidad de la tradición morera, Por otra parte Fruticampo es un grupo que esta muy disperso y no todos sus integrantes cuentan con cultivos de mora a pesar que se viene prestando asistencia técnica y social desde el año 2003. Este grupo ha tenido dificultades en el aspecto económico y productivo debido a que anteriormente algunas instituciones les prometieron muchas y diversas alternativas para aumentar sus ingresos pero que no se concretaron, sin embargo, algunos socios cuentan con cultivos establecidos que producen actualmente mora pero son cultivos tradicionales que no cumplen con las condiciones técnicas y por lo tanto no son tan rentables como para garantizar ingresos mejores.

En cuanto al municipio de Tulúa, para el caso de Praman las mujeres no participan activamente en la asociación, en cuanto al cultivo de la mora algunas si participan en las labores de poda y cosecha e inclusive algunas tienen pequeños cultivos. En cuanto a Asofrumo el caso es similar, ya que se ha perdido la participación de la mujer en el grupo porque antes se encontraban 3 mujeres socias y ahora solo hay una. Sin embargo, cabe resaltar la presencia de familias jóvenes que permitirán un relevo generacional en la asociación.

Se puede resaltar que las mujeres que hacen parte de la Alianza de manera directa o indirectamente se dedican en gran parte a las actividades del hogar, ya que es la segunda ocupación **Ama de Casa** que arrojó un porcentaje de 31.52%, como es de esperarse especialmente la madre es la que permanece realizando esta labor, con la colaboración de las hijas mayores en un 7.8%, seguida de las cuñadas, lo cual indica que son especialmente las mujeres las que permanecen en casa; sin embargo dichas acciones son combinadas con la participación en el cultivo de la mora o cumplen otras funciones administrativas en las OCD's. Esto nos indica como prevalece la cultura donde las mujeres están confinadas a las labores domésticas y el hombre es quien provee económicamente el hogar. Esta situación se transmite de padres a hijos, aunque se presentan algunos casos en los que los jóvenes una vez inician sus estudios secundarios se trasladan a la ciudad y cambia su mentalidad al respecto.

Cabe resaltar que existe que la ocupación **Estudiante** es relevante en un 28.65% del total de la población atendida por la Alianza que se encuentra estudiando en buena parte debido a la relativa facilidad de acceder a la educación a pesar que se encuentran en zona rural, una vez que la mayoría de las veredas a las que pertenecen cuentan con escuela, sin embargo debe tenerse en cuenta que en algunas zonas los niños deben recorrer grandes distancias entre sus hogares y las escuelas, lo que les implica largas jornadas diarias. El 42.9%, esta representado en los hijos, quienes constituyen una nueva generación con mayores oportunidades para acceder a la educación y para cualificar y calificar la labor agrícola respecto al resto de miembros que hacen parte del núcleo familiar traducidos en mayores expectativas de crecimiento para dicha población. Sin embargo se presentan casos como en la OCD Asomora que arrojó el menor porcentaje con un 33.3% lo cual se explica en primer lugar por la poca presencia de población en edad de estudiar y en segundo lugar a que las viviendas se encuentran muy alejadas de las escuelas lo cual dificulta el acceso de los niños a la educación, ante esta situación la docente de la zona ha dividido su labor docente en dos zonas, más sin embargo algunos niños aún así no pueden asistir.

Cabe resaltar la presencia de 3 **Docentes** representado en un 1.43%, estos docentes (Mujeres) se encuentran ubicadas en el municipio de Tulúa, quienes desempeñan su labor en las zonas rurales de influencia del proyecto (La Mansión, Puerto Frazadas y Monteloro). Sin embargo este hecho no ha tenido ninguna incidencia sobre el proyecto.

**Tabla 9. Grado de escolaridad vs. la edad de los socios de la alianza**

EDAD	PRIMARIA	BACHILLER	UNIVERSITARIO	SUPERIOR	KINDER	NINGUNO	OTROS	TOTAL
0 A 4	32				2	13	1	48
	8,4%				66,7%	28,3%	100,0%	8,33%
5 A 12	107	19			1	4		131
	27,9%	14,28%			33,3%	8,7%		22,74%
13 A 18	37	49	1	2		2		91
	9,7%	36,8%	25,0%	33,3%		4,3%		15,8%
19 A 25	30	27	1	1		1		60
	7,8%	20,3%	25,0%	16,7%		2,2%		10,4%
26 O MAS	177	38	2	3		26		246
	46,2%	28,6%	50,0%	50,0%		56,5%		42,7%
Total	383	133	4	6	3	46	1	576
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según la tabla anterior número 9 nos muestra el grado de escolaridad vs. la edad de las familias beneficiadas del proyecto “Alianza Agroempresarial de la Mora”, podemos notar que la mayor parte de la población se encuentra en el grado de escolaridad Primaria representado en 383 integrantes de las diferentes OCD’s, Seguido de Bachillerato representado en 133 integrantes, 46 personas no tienen ningún grado de escolaridad situación que resulta desventajosa para el manejo organizacional de la alianza, 6 personas están en la educación Superior (Carreras Técnicas o Tecnológicas), solo 4 personas se encuentran en la Universidad o son Profesionales, 3 niños se encuentran en el grado Kinder, finalmente en la opción otros se encuentra 1 niño.

De acuerdo a la edad podemos argumentar que la población se encuentra en una edad propicia para en un futuro potencializar el cultivo de la mora, ya que se trata de personas que se encuentran en edad temprana (0 a 4, 5 a 12 años) representadas en 179 personas del total de la Alianza, Además existen 151 personas que se encuentran en la edad de 13 a 18 y 19 a 25 años sirviendo para el fortalecimiento del cultivo y continuidad de las diferentes OCD’s que se encuentran vinculadas, finalmente existen 246 personas que se encuentran en etapa adulta donde le brinda seriedad y cumplimiento de compromisos al proyecto.

Según el gráfico anterior número 7 los resultados arrojados muestran que las personas beneficiadas en el proyecto solo el 1.15% es **Trabajador** (4 personas) su ocupación es diferente a la agricultura y trabajan fuera de la vereda representados en familias de 3 a 5 integrantes.

Solo el 0.29% representado en una persona es **Jornalero**; es decir son aquellas personas que trabajan la tierra en otras fincas. Sin embargo en la OCD Fruticampo ubicada en el municipio de Ginebra Veredas Campoalegre y Cocuyos existe una figura similar a Jornalear pero no fue manifestada en el momento en que se encuestaron a dichos socios donde la mayoría de sus integrantes son personas reubicadas gracias al proyecto desarrollado por la “ONG Fundación Vital” en el cual se les otorgaba vivienda con la contrapartida que la comunidad beneficiada aportará la mano de obra en la construcción de las mismas. Además



al no poseer cultivos propios la mayoría de ellos si han tenido que dedicarse a trabajar por jornales en muchas ocasiones.

En general en torno a la Alianza este ha sido un logro importante ya que se ha generado un cambio de actitud en buena parte de los agricultores con respecto al jornal al valorar más el tiempo que le dedican a sus propios cultivos y fincas logrando mejores ingresos sin depender de la demanda de mano de obra de las zonas que en la mayoría solo se da por temporadas de cosecha y no garantiza un ingreso fijo. Sin embargo esta figura no ha desaparecido totalmente y aún se presenta de manera esporádica especialmente en las zonas donde hay café; esta situación lleva a que los agricultores no se identifican plenamente como jornaleros.

Las figuras de **Mayordomo y Comerciante** no tienen una representación importante al figurar solo con un 0.29% en cada uno; lo que demuestra la plena vocación agropecuaria de las familias participantes en la Alianza.

**7.2.3 Salud:** Afortunadamente la Mayor parte de los individuos gozan de un sistema de salud, amparados bajo el régimen subsidiado SISBEN o CAFÉ SALUD entre quienes gozan más de dicho amparo son los padres en un 42%, mientras los hijos constituyen el 40.6% de los amparados, el resto de los miembros del núcleo familiar tiene poco acceso a un régimen de salud subsidiado. En cuanto al régimen contributivo solo unos pocos tiene la oportunidad de acceder a él en un 7.4% (la mayoría son los padres) de los 581 registrados debido a que en unas familias algún miembro (Padre, Madre o Hijo) de esta trabaja en la ciudad; puesto que la mayoría de integrantes a la Alianza son agricultores y no gozan de un salario fijo mensual. Cabe anotar que el 15% restante no se encuentra protegido por ningún sistema de salud.

### **7.3 Percepción comunitaria sobre su desarrollo y potencial**

La percepción de los asociados a cerca de la alianza es muy positiva, dado que la motivación para integrarse a ella ha sido básicamente su desarrollo económico y personal. Los asociados pretenden llegar a ser una organización empresarial líder en producción orgánica, y sostenible de productos agrícolas (la mora en especial), comercialización a nivel departamental, nacional e internacional. Reconocida por su seriedad, cumplimiento de los compromisos, nivel de calidad y por su nivel de unidad y solidaridad, capaz de liderar procesos con otros grupos de la región para los cuales ASOFAMORA será un modelo para las demás asociaciones en otros departamentos, y el mismo Valle.

## 7.4 Principal Problemática:

Dada la vulnerabilidad de Colombia ante sucesos internos y externos que inciden en la actividad económica de los departamentos, en el Valle del Cauca estos acontecimientos han afectado tanto la zona urbana como rural, logrando que a diario los campesinos se vean afectados por el sinnúmero de problemas que les toca afrontar como: un alto índice de violencia en dichas zonas, variaciones climáticas, situación de pobreza, vías de acceso y vías de comunicación que inhiben de manera relevante la optima explotación de la fruta y una mejor calidad de vida.

**Tabla 10. Principales problemas de la vereda**

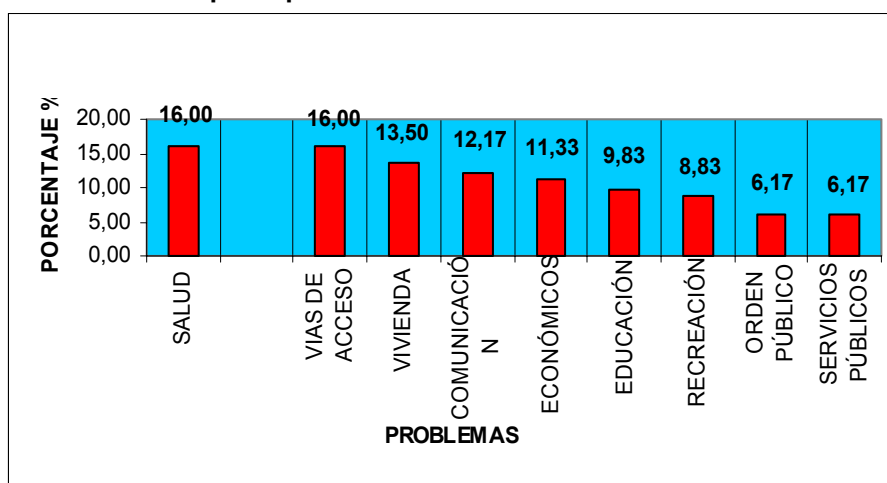
PROBLEMAS	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
<b>SALUD:</b>	<b>96 16%</b>	Asofrums 100%	TULUA
		Asopas 71.4%	TULUA
		Famimora 64.7%	GINEBRA
		Agrimora 63.6%	TRUJILLO
		Jardimora 60%	GINEBRA
		Acep 57.1%	GINEBRA
<b>VÍAS DE ACCESO:</b>	<b>96 16%</b>	Asoprovenus 69.2%	TULUA
		Asomora 68.4%	TRUJILLO
		Jardimora 66.7%	GINEBRA
		Preaman 66.7%	TULUA
		Asofrums 64.7%	TULUA
		Acep 50%	GINEBRA
<b>VIVIENDA:</b>	<b>81 13.50%</b>	Asoflora 61.5%	BUGA
		Asoagropec 58.3%	GINEBRA
<b>COMUNICACIÓN:</b>	<b>73 12.17%</b>	Asoprovenus 69.2%	TULUA
		Agrimora 63.6%	TRUJILLO
<b>ECONÓMICOS:</b>	<b>68 11.33%</b>	Asopas 71.4%	TULUA
		Famimora 64.7%	GINEBRA
<b>EDUCACIÓN:</b>	<b>59 9.83%</b>	Preaman 55.6%	TULUA
<b>RECREACIÓN:</b>	<b>53 8.83%</b>	Asofrutos 85.7%	TRUJILLO
<b>ORDEN PÚBLICO:</b>	<b>37 6.17%</b>	Asopas 85.7%	TULUA
<b>SERVICIOS PÚBLICOS – ENERGÍA</b>	<b>37 6.17%</b>	Asoagropec 41.7%	GINEBRA
<b>TOTAL:</b>	<b>600 100%</b>		

**NOTA:** Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 16 ubicada en los anexos página 23.

Los proyectos que adelanta tanto el sector público como el privado para que de alguna manera se beneficie la población rural de este país se hacen en pro de mejorar las condiciones de vida de los mismos, en este orden de ideas se hace indispensable detectar cuales son los problemas que allí se presentan, para los

integrantes de la Alianza de acuerdo a la tabla número 10 estos puntos se localizan en: la Salud y Vías de Acceso representada en un 16%, seguida de Vivienda en un 13.50%, Vías de Comunicación en un 12.17%, Económicos en un 11.33%, Educación en un 9.83%, Recreación en un 8.83%, Orden Público en un 6.17% y Servicios Públicos y Energía en un 6.17%, Vecinales, finalmente los costos de transporte en un también parecen ser uno de los tantos problemas que a diario atormentan a estos agricultores impidiendo la obtención de mayores ingresos, mejoramiento en el manejo del uso potencial del suelo junto con una mejor organización de los agricultores (pequeños y medianos) y la posibilidad de comercializar sus productos agrícolas.

**Grafico 8. Principales problemas en la vereda**



El grupo de Asoprovenus respondió que el principal problema que afronta la vereda son las vías de acceso en un 69.2%, seguido de Asomora en un 68.4% y finalmente las OCD's Preaman un 66.7% y Acep en un 50%.

Las OCD's de Jardimora, Agrimora, Acep, Famimora y Asofrumo concordaron que el principal problema que afrontan es el difícil acceso a la Salud representados en un 60%, 63.6%, 57.1%, 64.7% y 100% respectivamente. Los grupos de Asoflomora y Asoagropec argumentaron que sus Viviendas se encuentran en precarias condiciones representado en un 61.5% y 58.3% debido a que algunas casas son construidas por ellos mismos con materiales no adecuados.

**7.4.1 Posibles soluciones de Problemas en la Vereda** Una de las principales preocupaciones de las entidades gubernamentales y privadas es la escasa garantía de compra y manejo adecuado de prácticas técnicas para los productos agrícolas en el Valle del Cauca, es por ello que nace la "Alianza Agroempresarial de la Mora" en pro de mejoras sociales, técnicas y comerciales para la población campesina que beneficia dicho proyecto. Estas familias están ubicadas en zonas de vocación forestal, son propietarios de fincas, con larga tradición y cultura en el manejo de la mora. Es por ello que es necesario medir el impacto que ha tenido la

alianza desde en sus 2 años de funcionamiento con el fin de expresar como el proyecto puede aportar a la solución de problemas que atormentan a la vereda y con el objetivo que conseguir recursos y ayudas a entidades nacionales o internacionales.

**Tabla 11. Posibles soluciones de problemas en la vereda**

SOLUCIÓN	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
Gestión ante Instituciones:	61 31.44%	Asocfruteros 64.3%	TULUA
		Asofrumo 56.3%	TULUA
		Preaman 55.6%	TULUA
		Asopas 42.9%	TULUA
		Asoflomora 38.5%	BUGA
		Agrimora 36.4%	TRUJILLO
		Asoagropec 33.3%	GINEBRA
		Jardimora 33.3%	GINEBRA
		Famimora 29.4%	GINEBRA
Integrándose / Uniéndose:	29 14.95%	Asopas 42.9%	TULUA
		Asoflomora 30.8%	BUGA
		Asoprovenus 30.8%	TULUA
		Asofrumo 25%	TULUA
Buscar Proyectos:	28 14.43%	Asocfruteros 57.1%	TRUJILLO
		Preaman 22.2%	TULUA
Que la OCD Aporte Recursos:	13 6.70%	Acep 28.6%	GINEBRA
Organizándonos:	12 – 6.19%		
Mano de Obra:	9 4.64%	Asomora 42.1%	TRUJILLO
Créditos:	7 3.61%	Asoagropec 25%	GINEBRA
Aportar Ideas:	7 3.61%	Agrimora 27.3%	TRUJILLO
Haciendo Comités con la Comunidad:	5 – 2.58%		
OTRAS:	23 – 11.86%		
TOTAL:	194 - 100%		

**NOTA:** Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 17 ubicada los anexos página 23.

Así como los agricultores de la mora a diario afrontan diversas dificultades debido a grandes variables endógenas y exógenas, de igual manera existen alternativas para la solución de dichos problemas donde una vez más manifestaron de una forma formal (Encuestas) la percepción que tienen de como la OCD puede contribuir a la solución de problemas que en su vida cotidiana deben afrontar; los cuales de alguna manera afectan su actividad productiva. Para los agricultores integrantes de “La Alianza Agroempresarial de la Mora” existen diversos mecanismos como alternativas para solucionar dichas problemáticas como lo muestra la Tabla número 13 son la gestión ante instituciones en un 31.44%, Integrándose o Uniéndose en un 14.95%, Buscar Proyectos en un 14.43%, que la

OCD Aporte Recursos en un 6.70%, que se Organicen los agricultores en un 6.19%, consecución de Mano de Obra en un 4.64%, Acceso a Créditos igualmente que Aportar Ideas en un 3.61%, Haciendo Comités con la Comunidad en un 2.58% entre otros en un 11.86%. Dichos mecanismos sirven para que los agricultores de la mora puedan solucionar o subsanar los problemas que a diario deben sopesar de esta manera se hizo necesario como la OCD puede contribuir a la solución de problemas vs. Los problemas que afrontan los diferentes grupos.

La zona rural se ve afectada por las distancias enormes que se presentan de un centro médico y/o Hospitalario al lugar donde habitan dichas personas, afectando de esta manera el continuo acceso a la **Salud**, ya que el desplazamiento es muy difícil debido a la pecuaria infraestructura vial y de comunicaciones incidiendo a que campesinos no utilicen frecuentemente el sistema de salud gratuito que poseen. Para la población beneficiada del proyecto “Alianza Agroempresarial de la Mora” resaltaron la importancia de la gestión ante instituciones para crear nuevos centros médicos a distancias más cortas, dicho porcentaje fue representado en un 42.1% del total de los encuestados, seguido por buscar proyectos de esta misma índole en un 20%. Los grupos Asofrumo y Asofruteros en un 63.6%, Asomora, Jardimora y Asoflomora en un 50%, Acep en un 44.4%, Asoagropec en un 42.9%, Preaman y Asofrumo en un 33.3% y Famimora en un 25% respondieron que uno de los problemas que afrontan es la Salud.

Las efímeras **Vías de Acceso** construidas en zonas rurales también son un problema que a diario tienen que sopesar los habitantes de dichas regiones, entorpeciendo de esta manera: la facilidad de transportarse de un lugar a otro, la posibilidad de comercializar sus productos agrícolas, el acceso a centro médicos y escuelas dado que dichas vías son rudimentarias, no son pavimentadas y es poco la frecuencia de los Jeep y Chivas que ofrecen el servicio del transporte afectando el fácil traslado al pueblo y veredas.

Cabe resaltar que para este tipo de problemas existen mecanismos para la solución expresados por los mismos socios como: gestionando ante instituciones en un 37.9% y buscar proyectos en un 20% que pueden contribuir a mejoras en las vías de acceso manifestadas por los grupos; Asofruteros en un 62.5%, Acep y Preaman en un 50%, Asoprovenus en un 45.5%, Asomora en un 42.9% y Asopas en un 40%.

Otra de las tantas falencias de los cultivadores de la mora son las precarias condiciones de **Vivienda** debido a que muchas familias que beneficia el proyecto “Agroempresarial de la Mora” viven en hacinamiento, las casas son construidas con materiales no adecuados o son casas muy viejas y necesitan reformas. También la falta de energía, acueducto y alcantarillado hace que la mayoría de las viviendas no posean un sistema de agua potable y todavía tienen que recurrir a la madera, carbón para preparar sus alimentos. Las personas encuestadas ven como solución a este problema la gestión ante instituciones en un 40.7%, con una menor proporción buscar proyectos en un 18.5%. Dichos grupos que manifestaron esta preocupación fueron: Asofruteros en un 72.7%, Asofrumo en un 57.1%,

Asomora en un 55.6%, Asoprovenus y Agrimora en un 50% y Asoagropec en un 42.9%.

La falta de **Vías de Comunicación** es otro problema que afecta a las personas que viven en el campo entorpeciendo la libre comunicación entre vecinos y con las veredas cercanas, contribuyendo a que los campesinos no se den cuenta de los problemas que se encuentran en las ciudades. Los encuestados respondieron como posible solución a este problema la gestión ante instituciones en un 38% e integrarse o uniéndose en un 22.5%. Los grupos que mostraron este problema fue: Asofrumo y Asofruteros en un 66.7%, Asomora y Acep en un 50% y Asoflomora en un 37.5%.

Los problemas **Económicos** afectan de manera directa a los integrantes de las diferentes OCD's puesto que, la frecuencia de recibir sus ingresos es de manera esporádica y esto a su vez afecta la posibilidad de acceder a una mejor calidad de vida y diversificación de cultivos.

Sin embargo no todos los grupos lo manifestaron cuando respondieron la encuesta. Unas posibles soluciones para este problema es Gestionar ante instituciones en un 41.2% o integrarse o uniéndose en un 23.5%. Las OCD's que concordaron que este es un problema fueron: Asofruteros en un 63.6%, Acep y Asoagropec en un 50% y Asomora en un 44.4%.

La **Educación** al igual que la salud es un problema que afecta a los campesinos debido a que no se encuentran muchas escuelas para el acceso a la educación de la población infantil y juvenil de la zona rural. Además, las distancias también son bastantes largas. Para las personas encuestadas manifestaron como la OCD puede contribuir para la solución del problema de la educación mediante la Gestión ante instituciones representado en un 37.3%, seguido por la integración o uniéndose en un 27.1% finalmente buscar proyectos en un 23.7%. Las OCD's que manifestaron este problema son: Asoprovenus en un 71.4% Asopas, Asofruteros y Asoflomora en un 66.7%, Preaman en un 50% y Jardimora en un 42.9%.

Otro de los problemas que afectan a los integrantes de la "Alianza Agroempresarial de la Mora" es la falta de sitios **Recreacionales** para el esparcimiento de la población campesina dichos habitantes ven la solución por medio de la gestión ante instituciones en un 44.2%, seguido por el mecanismo de integración o uniéndose en un 23.1% finalmente en buscar proyectos en un 19.2%. Asoagropec en un 100%, Asopas, Asoprovenus, Asofruteros y Asofrumo en un 66.7% y Famimora en un 50% manifestaron que este, es uno de los problemas que afronta la población campesina independiente de la edad que posean.

El **Orden Público** es un problema esencial que afronta el sector agropecuario debido a los grupos subversivos que habitan en zonas rurales frustrando de esta manera el fortalecimiento y mejora de la producción agrícola afectando la

posibilidad de acceder a mayores ingresos y contribuyendo a que muchas familias campesinas emigren a la zona urbana agravando la crisis que enfrenta la ciudad (Aumento en la Tasa de Desempleo, Desplazados y Violencia). Una posible solución que manifestaron los encuestados es gestionar ante instituciones con carácter social en un 38.8%, seguido de buscar proyectos en un 24.5% finalmente integrarse o uniéndose en un 22.4%. Con el fin de buscar otras alternativas para evitar que muchos campesinos dejen el campo por la ciudad. Los grupos que manifestaron este problema son: Asofruteros en un 66.7%, Asopas y Famimora en un 50% y Asomora en un 37.5%. Uno de los municipios que actualmente está siendo más afectado por grupos al margen de la ley es Trujillo donde dos grupos (Asomora y Asofruteros) lo manifestaron en la encuesta.

La falta de **Acueducto, Alcantarillado y Energía** es uno de los problemas que afectan a los integrantes de las OCD's dificultando un mejor bienestar para los campesinos, según las respuestas de los encuestados uno de los posibles mecanismos es gestionar ante instituciones 40.5%, buscar proyectos en un 24.3% y aportar ideas 16.2%. Las OCD's que manifestaron este problema fueron: Acep en un 66.7%, Asofrumo en un 57.1%, Asoprovenus en un 42.9% y Asomora en un 33.3%,

Las personas encuestadas manifestaron que otro de los problemas que afrontan ellos en la región son los vecinos ya que, las distancias de las viviendas son muy largas dificultando el contacto entre ellos mismos o quizás han tenido problemas con sus **Vecinos** debido a las diferencias que existen entre ellos. Para la solución de este problema los encuestados respondieron gestionar ante instituciones en un 50% y organizándose en un 28.6%. Sin embargo los únicos grupos que revelaron que este es un problema fueron: Asomora, Asoprovenus en un 50% y Asofruteros en un 25%.

En una muy pequeña proporción (1.2% 2 socios del total de la alianza) respondieron que se ven afectados por los **Costos de Transporte** al trasladarse de un lugar a otro y/o transportar sus productos agrícolas al comprador.

## 8. “EL PRODUCTO, SUS CARACTERÍSTICAS Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN”

### 8.1 PRODUCCIÓN:

Los rendimientos por hectárea bajo las condiciones de producción en Colombia varían ampliamente de seis a dieciséis toneladas, para un promedio nacional de 11 toneladas por hectárea.

Existe un sitio común dentro del cultivo (que varía con las prácticas y costumbres realizadas de acuerdo con las diferentes regiones) al cual se lleva toda la fruta, para luego ser trasladada al sitio donde se almacena y distribuye. En estos cultivos, lo ideal es que la fruta se someta a enfriamiento para disminuir el calor de campo dentro del centro de acopio. De acuerdo con “ensayos realizados por el **SENA** y la **Universidad Nacional de Colombia**, 1995, cuando se almacena la mora a 2°C en empaques con aireación del 13%, se puede conservar por 10 días”.

**Tabla 12. Importancia relativa departamental del área sembrada (ha) - resultados 1er censo**

Departamento	Área sembrada (ha)	Área sembrada (%)	% Acumulado
<b>Total nacional</b>	<b>3.989,36</b>	<b>100,00</b>	
Cundinamarca	1.649,40	41,34	41,34
Santander	513,52	12,87	54,22
Huila	456,91	11,45	65,67
Valle del Cauca	242,20	6,07	71,74
Antioquia	235,75	5,91	77,65
Nariño	205,86	5,16	82,81
Risaralda	153,58	3,85	86,66
Tolima	115,04	2,88	89,54
Norte de Santander	109,56	2,75	92,29
Resto de departamentos	307,54	7,71	100,00
Fuente: Asohofrucol - Dane, 2004. Primer Censo Nacional de 10 Frutas Agroindustriales y Promisorias			

La tabla No 12 muestra la evolución en cuanto a lo que a área de mora sembrada se refieren por departamentos a nivel nacional para el año 2004, se observa que Cundinamarca continúa en primer lugar con el 45% del total nacional, seguido como en el año 2003 por Santander con el 14% de el área sembrada nacional, sin embargo el tercer lugar lo ocupa Huila con 12% y el Valle del Cauca se posiciona en el cuarto lugar en cuanto a el área sembrada con el 7% del total nacional, lo cual es preocupante, por que muestra que el valle a perdido no solo importancia, si no hectáreas sembradas, y por ende se ha desestimulado la actividad agrícola que se concentra en torno a la mora, lo cual a su vez perjudica a los agricultores que dependen de este cultivo. Sin embargo se destaca que esta es una tendencia



a nivel nacional, puesto que incluso Cundinamarca ha disminuido sus hectáreas sembradas de mora, dado que hacia el 2003 eran 2578 y en el 2004 pasaron a 1649 has y esto se traduce en una menor producción.

**8.1.1 El Producto y sus características** La **mora** es una planta perenne, de porte arbustivo, semidirecto, de tallos rastreros o semierguídos que forman macollas y de naturaleza transportadora, perteneciente a la familia de las rosáceas. La morfología de esta fruta es de forma cónica con punta redonda tamaño variable dependiendo del clima y del suelo **Los tallos** son redondeados y espinosos, son de longitud variable, pueden tener o no agujones; emiten constantemente brotes en la base, **las hojas** son alternas, con tres folíolos y de bordes aserrados, de color verde por encima y blanquecino por debajo; **las Flores** son blancas de 2 a 2.5 cm. de diámetro formadas en panículas terminales que dan **Frutos** oblongos de color morado brillante dichos frutos están formados por muchas drupas y dentro de cada drupa hay una semilla cuando la madurez es incompleta y morado oscuro y dulce al madurar que se disponen en racimos en las puntas de las ramas o a veces en toda la rama, son de buen valor nutritivo, valiosos y apetecidos tanto en el mercado nacional como en el internacional, para elaboración de jugos, mermeladas, y otros; **Las Raíces** se distribuyen en los primeros 30 cm. del suelo y tiene disposición horizontal, su longitud varía entre 0.5 y 1.2 mts, cumple función de sostén y absorción y permite la propagación de la planta al presentar yemas vegetativas capaces de actividades produciendo brotes.<sup>10</sup>

Esta fruta presenta tres etapas de desarrollo: La primera, en la que se obtienen las nuevas plantas ya sea en forma sexual o asexual. Una segunda o de formación y desarrollo vegetativo, donde se conforma la planta y una tercera etapa, la productiva que se inicia a los ocho meses después del trasplante y se mantiene constante durante varios años. Los frutos pueden ser de tamaño grande, mediano o pequeño; se maduran de manera dispareja porque la floración no es homogénea. Cuando maduran, su color va de rojo a púrpura o de rojo a rojo oscuro.

Los requerimientos agro-ecológicos para su adecuado crecimiento son: Temperatura: 12 y 18 °C Altitud: 1200 hasta los 3500 m.s.n.m. Precipitación: 1.500 y 2.500 mm H.R.: 80 al 90%. Suelo: Textura franco arcillosos, Deben presentar buen drenaje tanto interno como externo pH: se adapta bien a pH ácido entre 5,2 y 6,7 siendo 5,7 el óptimo. Su uso principal está en la fabricación de jugos, conservas, compotas, néctares y concentrados.<sup>11</sup>

10 ECHEVERRI, Francia Elena. Posibilidades Agroindustriales para la explotación de la mora en Trujillo-Valle". Santiago de Cali, 1992. 252p. Tesis (Economista) Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas.

11. NUÑEZ VACA, Luis Enrique; PEÑA LEAL, Edith. y MULFORD RAMÍREZ, Ester. Evaluación ambiental del proyecto agroempresarial de la mora. 2002. p. 127

La mora que se presenta en esta zona del Valle del Cauca, específicamente en los municipios que hacen parte de la alianza, es la mora de **Castilla** cuyo nombre científico es **Rubus Glaucus**. La mora de castilla es originaria de zonas tropicales altas de América, se encuentra principalmente en Ecuador.

Colombia, Panamá, Salvador, Honduras, Guatemala, México y Estados Unidos. Fue descubierta por Hartw en pichincha ecuador.

Las ciudades de Colombia que se destacan por su producción son en su orden: Cundinamarca, Santander, Huila, Valle del Cauca, Antioquia, Nariño, Risaralda, Tolima, Norte de Santander, entre otro cuyo ultimo lugar ocupa el departamento del Chocó.

#### **Clasificación taxonómica:**

División: Espermatofita

Tipo: Angiosperma

Clase: Dicotiledónea

Subclase: Dialipétala

Orden: Rosáceo

Genero: Glaucos

Especie (Nombre científico): Rubus Glaucus Benth

#### **8.1.2 Técnicas de Cultivos y Siembras**

**VIDA UTIL:** Se estima una vida útil de 12 a 15 años dependiendo del manejo que se le de.

**PROPAGACIÓN:** Propagar es reproducir plantas seleccionadas, con el fin de aprovechar sus mejores características, como son: producción, sanidad, tamaño, y calidad de la fruta.

Para establecer cultivos comerciales de mora se recomienda la propagación asexual (propagación por semilla o por material vegetal, aprovechando partes de la planta como raíces y tallos); los métodos que más se destacan son los **acodos de punta o Terminal** el cual consiste en introducir la punta de una rama productiva, en la tierra o en una bolsa con tierra, **acodos serpenteados o rastreos** y por **Estaca** en el cual se utilizan ramas sanas que ya hayan producido.

La propagación sexual no se utiliza principalmente ya que su germinación y desarrollo es lento y los frutos con poca semilla viable (auto incompatibilidad o polen no viable).

**Foto 1. Planta de mora**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora "

**RECOLECCION:** Debido al continuo desarrollo de frutos, la maduración no es uniforme, por lo cual se requiere por lo menos realizar entre dos y tres pases por semana para obtener frutos con adecuada maduración. La recolección debe hacerse en las primeras horas del día, una vez el rocío de la mañana haya desaparecido ya que si se recolecta húmeda se favorece la fermentación. Se deben recolectar frutos de consistencia dura, firmes, de color vino tinto, sanas, enteras y con pedúnculo (rama). Es importante tener en cuenta la higiene de las personas que cosechan y manipulan la fruta para evitar la contaminación de los mismos. La fruta se debe recoger en recipientes no muy profundos para evitar el sobrepeso en las primeras capas. Se debe realizar preferiblemente en el mismo recipiente en que se va a transportar para evitar excesivo manipuleo.

**REQUERIMIENTOS AGROECOLOGICOS:** La mora se desarrolla mejor en suelos franco arcillosos, de modo que permita una adecuada reserva de agua y el exceso sea evacuado fácilmente, con alto contenido de materia orgánica ricos en fósforo y potasio. Se debe mantener una relación calcio, magnesio, potasio Ca: Mg: K (2:1:1) ya que junto con el Boro son responsables de una mayor o menor resistencia a las enfermedades. Deben presentar buen drenaje tanto interno como externo, ya que es una planta altamente susceptible al encharcamiento. PH: 5,2 y 6,7 siendo 5,7 el óptimo.

**CLIMA:** Para un óptimo desarrollo la mora se debe cultivar entre los 1.800 y 2.000 M.S.N.M., en clima frío moderado con temperaturas que varían entre 12 y 18 °C.

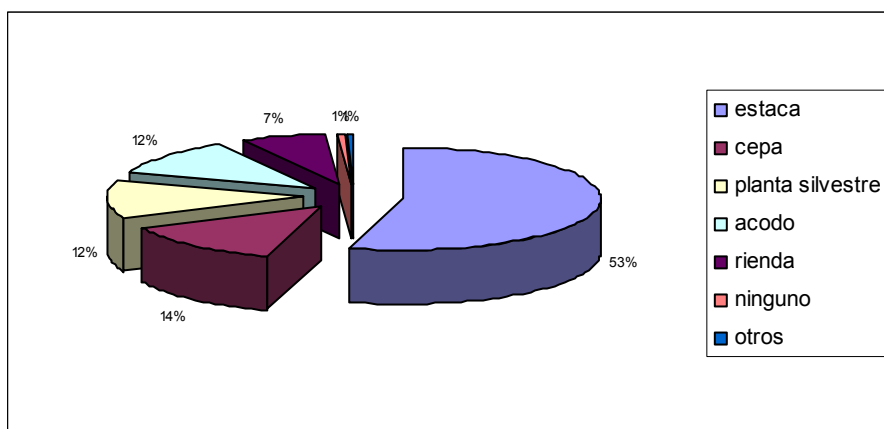
**PRECIPITACIÓN PLUVIAL:** entre 1.500 y 2.500 mm. Al año bien distribuidas.

**HUMEDAD RELATIVA:** del 80 al 90%.

**8.1.3 Procedimientos de Producción:** Para el **establecimiento del cultivo** de la mora es necesaria la selección del lote, puesto que los mejores suelos para dicho cultivo son los francos, con buena aireación y que no se encharquen. En estos suelos las raíces pueden penetrar con facilidad y disponen de buena cantidad de aire y agua para su buen desarrollo exigiendo además suelos ricos en materia orgánica.

La mora se puede reproducir o propagar por semilla o por material vegetal, aprovechando partes de la planta como raíces y tallo; sin embargo los socios de la alianza, utilizan como sistema para la propagación la semilla con el fin de aprovechar sus mejores características, como son: producción, sanidad, tamaño y calidad de fruta. Además Identificar el **tipo de semilla** utilizada es indispensable para reconocer el potencial de producción que tendrá la planta a lo largo de su vida productiva, es por ello que lo ideal para los técnicos es que el tipo de semilla empleado sea Acodo o Estaca debido a que engendrará una planta idéntica a la mata de donde se saque la Estaca o el Acodo, además no permite el transporte de problemas de suelo o raíz que es lo que sucede con la Cepa y la Planta Silvestre pues con este tipo de semillas se correría el riesgo de propagación de enfermedades

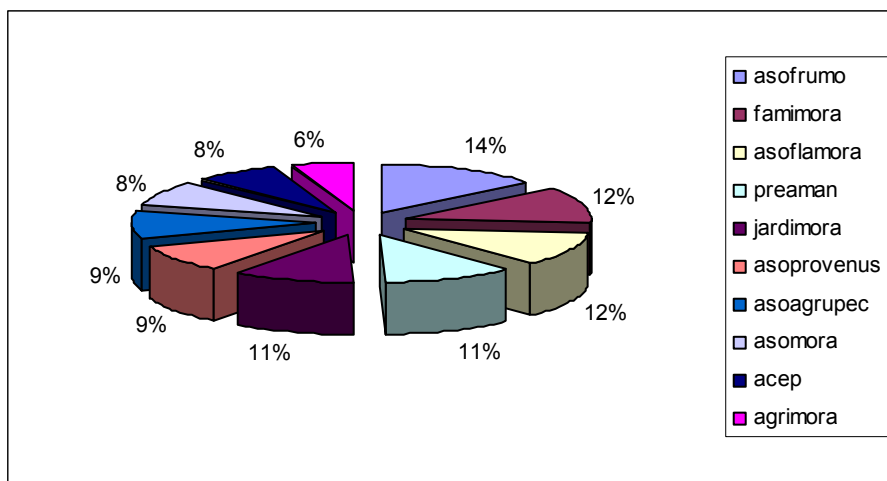
**Grafico 10. Tipo de semilla**



A la hora de identificar el tipo de semilla que utilizan los agricultores para la siembra de la planta, se encontró ( grafico No10 ) que en su mayoría se utiliza **ESTACA** (en un 54.33%) en dicha propagación se utilizan ramas sanas que ya se hayan producido; este sistema es el más recomendado por lo fácil de realizar, porque brinda ventajas económicas y sanitarias, seguido por la semilla **CEPA** con un 13.87% este sistema de propagación consiste en sacar las cepas de plantas de mora muy sanas, vigorosas y buenas productoras de fruta y con un porcentaje de

12.13% y 11.56% respectivamente se utiliza como semilla la **PLANTA SILVESTRE** y **ACODO** este es un método de propagación mediante el cual se provoca la formación de raíces en un tallo que todavía está pegado a la planta por Acodo se reproducen matas iguales a la planta “madre”.

**Grafico 10.1. Preferencia por el tipo de semilla estaca**



Para puntualizar cual es el tipo de semilla que se utiliza en cada OCD se encontró los siguientes porcentajes de acuerdo con la preferencia de los agricultores, quienes preferiblemente utilizan la ESTACA se debe tener en cuenta que las estacas deben proceder de plantas que tengan un buen desarrollo y que estén libres de enfermedades con el fin de garantizar el éxito del cultivo con una adecuada preparación del suelo, así lo indica el cuadro No 15.

**Tabla 13. Tipo de semilla**

TIPO DE SEMILLA	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
ESTACA:	94 54.33%	Asofruto 94%	TULUA
		Famimora 80%	GINEBRA
		Asofomora 76.8%	BUGA
		Preaman 75%	TULÚA
		Jardimora 71.4%	GINEBRA
		Asoprovenus 61.5%	TULÚA
		Asoagropec 61.5%	GINEBRA
		Asomora 51.9%	TRUJILLO
		Acep 50%	GINEBRA
		Agrimora 36.4%	TRUJILLO
CEPA:	24 13.87%	Preaman 37.5%	TULÚA
		Asomora 26.3%	TRUJILLO
		Famimora 20%	GINEBRA
	21	Asofruteros 28.6%	TRUJILLO

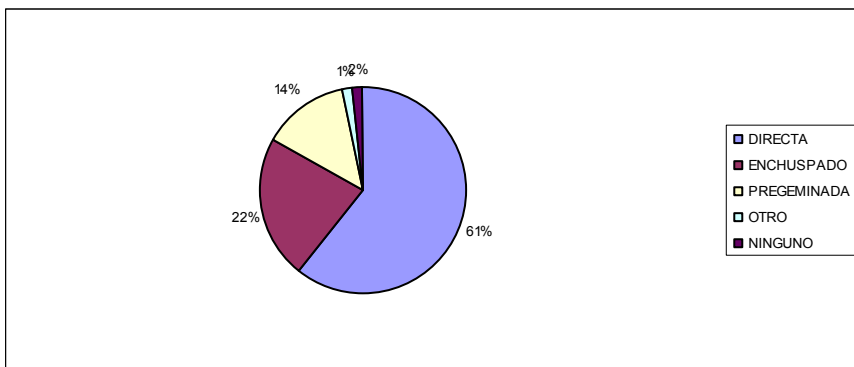
PLANTA SILVESTRE:	12.13%	Asomora 26.3%	TRUJILLO
		Asoprovenus 23.1%	TULÚA
ACODO:	20 11.56%	Asofruteros 50%	TRUJILLO
		Asoprovenus 23.1%	TULÚA
		Asoagropec 23.1%	GINEBRA
RIENDA:	12 6.93%	Agrimora 27.3%	TRUJILLO
		Acep 16.7%	GINEBRA
		Asoprovenus 15.4%	TULÚA
OTROS:	1 0.57%	Famimora 6.7%	GINEBRA
NINGUNO:	1 0.57%	Asoagropec 7.7%	GINEBRA
TOTAL:	173 100%		

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 26 ubicada los anexos página 28.

Sin embargo se deben detectar aquellos que utilizaron la Planta Silvestre y la Cepa como semillas en sus cultivos y así poder comprender quizás el comportamiento; es decir la calidad, cantidad, tiempo de cosecha y resultados de ciertas plantas en determinadas veredas, de esta manera 5 de 19 utilizaron Planta Silvestre en Asomora al igual que 2 de 9 en Asoflomora, 3 de 13 en Asoprovenus, 2 de 18 en Asofrumo, 4 de 14 en Asofruteros, 2 de 13 en Asoagropec y 2 de 11 en Agrimora; entre aquellos que utilizaron la Cepa como tipo de semilla tenemos a 5 de 19 en Asomora, 1 de 6 en Acep, 1 de 13 en Asoprovenus, 3 de 15 en Famimora, 3 de 8 en Preaman, 5 de 14 en Asofruteros, 1 de 13 en Asoagropec, 2 de 14 en Jardimora y 2 de 11 en Agrimora.

**Métodos de Siembra:** Existen tres métodos de siembra para el cultivo de mora (directo, enchuspado y pregerminado), los tres métodos resultan adecuados como manejo técnico del cultivo, sin embargo existen diferencias entre ellos, en la siembra directa se requieren mas estacas y un clima adecuado para garantizar un buen cultivo, en el método pregerminado se espera a que la mata reviente y las condiciones adecuadas de clima para meterla al suelo, el enchuspado se realiza cuando se tienen pocas semillas, en él se siembra lo que esta bueno, el pregerminado es un nuevo concepto y aparecerá presente en aquellos grupos recién constituidos.

**Grafico 11. Método de siembra**



La siembra **DIRECTA** es el método que utilizan preferiblemente el 60.58% de los agricultores debido a que es el método mas enseñado por los técnicos sobre todo en los lotes mas viejos, seguida por el método de **ENCHUSPADO** en un 22.35% y, con un porcentaje mas bajo de 14.11% utilizan el método de siembra **PREGERMINADA** y es este método el que últimamente se esta enseñando aprovechando que lo nuevos lotes que se están incorporando son mas grandes y el manejo resultaría mas fácil.

**Tabla 14. Método de siembra**

MÉTODO DE SIEMBRA	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
<b>DIRECTA:</b>	<b>103 60.58%</b>	<b>Asoagropec 84.6%</b>	<b>GINEBRA</b>
		<b>Jardimora 80%</b>	<b>GINEBRA</b>
		<b>Asoprovenus 76.9%</b>	<b>TULÚA</b>
		<b>Asofrumo 72.2%</b>	<b>TULÚA</b>
		<b>Asomora 68.4%</b>	<b>TRUJILLO</b>
		<b>Famimora 66.7%</b>	<b>GINEBRA</b>
<b>ENCHUSPADO:</b>	<b>38 22.35%</b>	<b>Asofruteros 57.1%</b>	<b>TRUJILLO</b>
		<b>Asofrumo 38.9%</b>	<b>TULÚA</b>
		<b>Asomora 26.3%</b>	<b>TRUJILLO</b>
<b>PREGERMINADA:</b>	<b>24 14.11%</b>	<b>Asofrumo 33.3%</b>	<b>TULÚA</b>
		<b>Asoprovenus 23.1%</b>	<b>TULÚA</b>
		<b>Asomora 21.1%%</b>	<b>TRUJILLO</b>
<b>OTRO:</b>	<b>2 1.17%</b>	<b>Asofruteros 7.1%</b>	<b>TRUJILLO</b>
		<b>Asomora 5.3%</b>	<b>TRUJILLO</b>
<b>NINGUNO:</b>	<b>3 1.76%</b>	<b>Asofruteros 14.3%</b>	<b>TRUJILLO</b>
		<b>Asomora 5.3%</b>	<b>TRUJILLO</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>170 100%</b>		

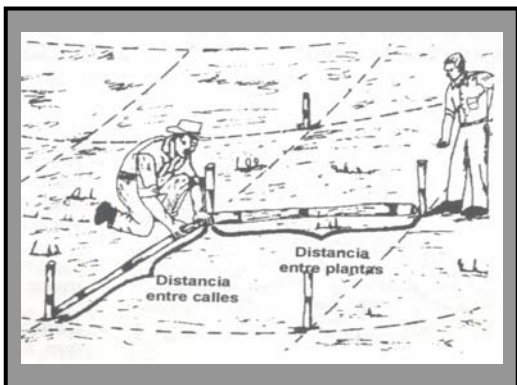
NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 27 ubicada los anexos página 28.

**Las distancias de siembra** se determinan de acuerdo a unas condiciones en particular (Pendiente del terreno, Fertilidad, Humedad Ambiental, Sistema de Poda y Tutorado), para suelos muy fértiles las distancias de siembra podrían ser mas amplias, una recomendación importantes es la distribución de plantas en el campo en lotes máximo de 500 plantas separándolos por callejones amplios. Esta distribución permite un manejo mas fácil del cultivo y de esta manera un solo trabajador puede atender cada lote.

Una vez preparado el terreno se traza y se preparan los hoyos para la siembra, hay diferentes sistemas de **trazado** en cuadro, triángulo y a través de la pendiente, para el trazado en cuadro se define la dirección de los surcos y se tiende una cabuya, colocando estacas cada dos metros, el segundo surco se traza a 2.5 metros. Para el trazo en terrenos de pendiente se pueden dejar distancias mayores entre calles para facilitar las labores del cultivo como desyerbas, fertilización, cosechas y aspersiones (fumigaciones). Los surcos se trazan a través de la pendiente, se recomienda una distancia de dos metros entre plantas y dos

metros y medio entre surcos, se debe iniciar el trazo donde el terreno sea mas ancho extendiendo una cabuya a lo largo del surco, para trazar los surcos se construye una T con dos varas iguales a la distancia entre las plantas y calles, las estacas se clavan en los extremos de la vara corta y la larga.

**Foto 2. Distancia de siembra**



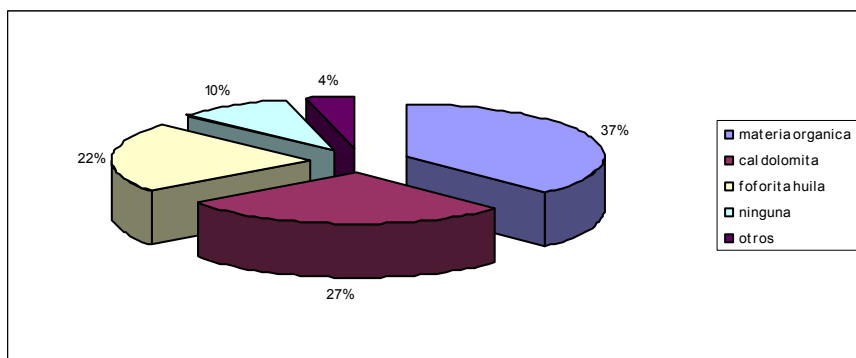
**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora "

**Preparación del Hoyo para la Siembra:** Una vez preparado el terreno, se traza y preparan los hoyos para la siembra para el buen aprovechamiento de la planta, el hoyo cuyas medidas deben ser 40 x 40 x 40 se prepara con un paladín que se usa para retirar el césped alrededor de la estaca, se retira la tierra sin sacarla del hoyo y se agrega el material y se vuelve a colocar la estaca, lo ideal es que en la preparación del hoyo exista una combinación de Materia Orgánica ( un kilogramo) , Fosforita Huila y Cal dolomita ( 100 a 200 gramos); la primera libera nutrientes del suelo aportándolos al desarrollo de la planta, la segunda permite el desarrollo de raíces y la tercera nivela acidez y libera nutrientes, de esta manera, aquellos que solo utilicen uno o dos de estos ingredientes estarán retrasando el desarrollo eficiente de la planta.

Normalmente los Agricultores alternan los diferentes métodos para la preparación del hoyo para la siembra, en un 37.67% la preparación del hoyo se hace utilizando **Materia Orgánica**, el 21.83% de los productores lo hacen con **Fosforita Huila**, y el 27.11% preparan el hoyo comúnmente con **Cal dolomita**, mientras que en menor proporción (10% de los agricultores) no están preparando el hoyo para la siembra, las consecuencias de no preparar el hoyo o de no hacerlo adecuadamente es que las plantas no tendrán los nutrientes que necesitan para un adecuado desarrollo y los frutos de los lotes que tiene estas malas practicas serán de baja calidad y cantidad.



**Grafico 12. Preparación del hoyo**



En su mayoría, la preparación del hoyo en los diferentes grupos se hace combinando ya sea Materia Orgánica y Fosforita Huila, ó Materia Orgánica y Cal dolomita, prevaleciendo de esta manera la utilización de la Materia Orgánica:

**Tabla 15. Preparación del hoyo**

PREPARACIÓN DEL HOYO	% TOTAL	GRUPO - OCD	MUNICIPIO
<b>MATERIA ORGANICA:</b>	<b>107 37.67%</b>	Jardimora 86.7%	GINEBRA
		Asoagropec 84.6%	GINEBRA
		Asofruteros 83.3%	TRUJILLO
		Asomora 73.7%	TRUJILLO
		Asoflomora 77.8%	BUGA
		Famimora 66.7%	GINEBRA
		Agrimora 54.5%	TRUJILLO
<b>CAL DOLOMITA:</b>	<b>77 27.11%</b>	Acep 66.7%	GINEBRA
		Jardimora 66.7%	GINEBRA
		Asofrumo 66.7%	TULÚA
		Famimora 60%	GINEBRA
<b>FOSFORITA HUILA:</b>	<b>62 21.83%</b>	Famimora 66.7%	GINEBRA
		Jardimora 53.3%	GINEBRA
		Asomora 42.1%	TRUJILLO
<b>NINGUNA:</b>	<b>27 9.50%</b>	Agrimora 45.5%	TRUJILLO
		Asofruteros 21.4%	TRUJILLO
<b>OTROS:</b>	<b>11 3.87%</b>	Jardimora 20%	TRUJILLO
		Asomora 10.5%	TRUJILLO
<b>TOTAL:</b>	<b>284 100%</b>		

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 28 ubicada los anexos página 29.

Cabe destacar que tanto Famimora como Agrimora están utilizando los tres ingredientes para la preparación del hoyo, en las demás se alternan entre dos comúnmente. Esto quiere decir que en estas OCD's la mora tendrá mayor calidad o mejores resultados dado que están haciendo esta práctica de la manera adecuada y recomendada

**Sistemas de tutorado que se utilizan** El Tutorado es un sistema diseñado para mejorar el rendimiento de la mata, que se instala entre el tercero y cuarto mes después de la siembra. El habito rastrero del cultivo de mora exige un sistema de tutorado que permita la aireación de las plantas, su disposición en forma de taza y su apropiado manejo, facilitando las **desyerbas, aspersiones, podas** (ayuda la en el proceso de floración de frutos, disminuye plagas, y permite cosechas mas largas y abundantes) y **cosechas**. Generalmente, la selección del tipo de tutorado o soporte de la mora depende de la eficiencia que el sistema ofrezca para manejar el cultivo, de los costos, de la disponibilidad de materiales en la finca y de facilidad de construcción.

Existen varios sistemas de tutorado así:

**SISTEMA TRADICIONAL:** Algunos agricultores todavía manejan la mora sin tutorado; este sistema llamado tradicional, libre o postrado es común en toda clase de terrenos, pero no se recomienda por que la fruta se puede dañar al quedar en contacto con el suelo.

**Foto 3. Sistema tradicional**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora "

**SISTEMA DE CHIQUERO O SOPORTE CON ANDAMIO DE MADERA:** Este sistema es eficiente, pero demanda mucha madera. El sistema consiste en sostener las plantas, individualmente, con varas o madera redonda y delgada.

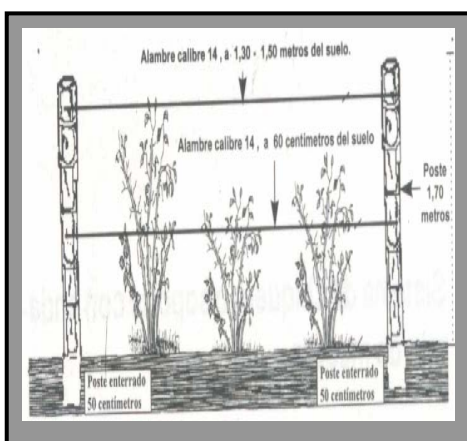
**Foto 4. Chiquero**



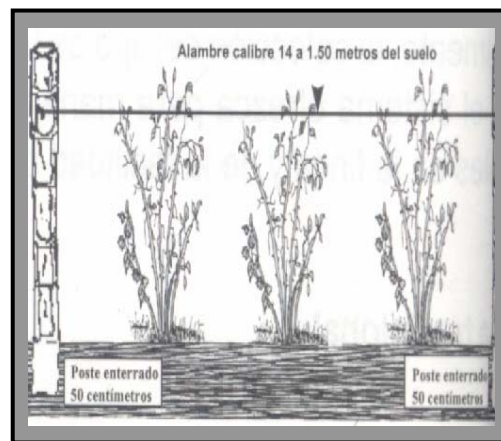
**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora "

**SISTEMA DE ESPALDERA:** Con estos sistemas se forma un soporte para toda la hilera de plantas, y según sea el número de alambres y el tipo de construcción, se elabora de diferentes formas. **Espaldera sencilla:** en el cual se clavan postes de madera o guadua de 2.2 metros de largo, en la dirección del surco, enterrándolos 50 centímetros, para que queden con una altura de 1.7 metros, lo cual permite sembrar de 3 a 4 plantas por espacio; la primera planta debe quedar a un metro del primer poste. El alambrado liso, calibre 14, se coloca a una altura de 1.5 metros. Este no es un buen sistema porque la mayoría de las ramas quedan sin soporte. **Espaldera compuesta:** Este sistema es similar al anterior, con la diferencia que lleva dos o tres alambres. El primer alambre, se tiende a 0.60 metros de suelo, y un segundo alambre se coloca entre 1.3 a 1.5 metros del suelo. En caso de colocar tres alambres el primero se coloca a 0.60 metros, distancias medidas todas desde el suelo.

**Foto 5. Espaldera compuesta**



**Foto 6. Espaldera sencilla**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

**ESPALDERA DOBLE O DE CAMA:** Consiste en construir dos espalderas, cada una de dos alambres, ubicadas a cada lado del surco, separadas 1.2 metros la una de la otra. Las plantas se separan, entre sí, con alambre quemado o con hilo Terlenka colocado en el alambre superior. El alambre inferior se puede remplazar por hilo Terlenka, lo cual rebaja los costos de instalación.

**Foto 7. Cama**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

**ESPALDERA EN T:** En este sistema se clavan postes sobre el surco, cada tres o cuatro plantas. En cada poste, a 1.5 metros de altura, se coloca un travesaño de 0.8 metros de largo, en el cual se apoyara un alambre en cada extremo. A 0.6 metros del suelo se puede colocar hilo de Terlenka, que sirve para soportar los tallos de la planta; las plantas se separan, unas de otras, con alambre (quemado) o con hilo Terlenka.

**Foto 8. Doble T**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

**ESPALDERA EN DOBLE T:** Este sistema es similar al anterior. Aquí la primera T o travesaño inferior, que debe tener un ancho de 0.6 metros, se coloca entre 0.5 y 0.6 metros del suelo; la segunda T, que debe tener 0.8 metros de ancho, se coloca a 1.5 metros del suelo. El alambre de la T inferior puede ser de calibre menor o se puede reemplazar por hilo de Terlenka. Las plantas se separan con alambre quemado, colocado en el alambre superior.

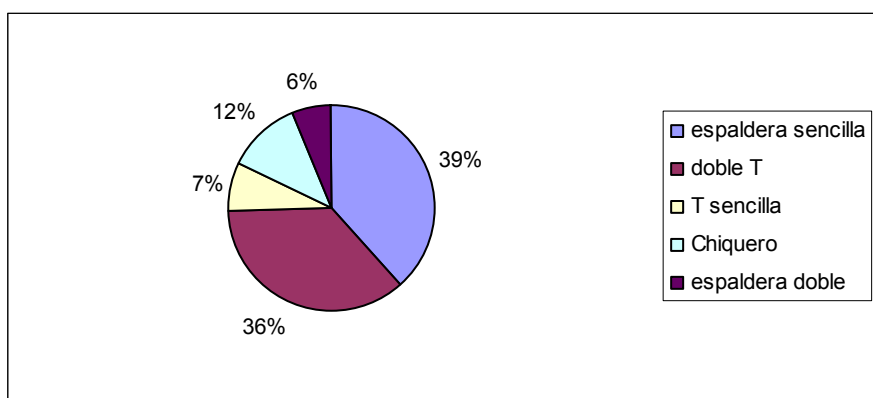
**FOTO No 9 ESPALDERA EN DOBLE T**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

Los técnicos vinculados a la alianza, encargados de dar la asesoría necesaria en este tema, consideran que lo ideal en el manejo del cultivo es el sistema de tutorado denominado como “Doble T” o “T sencilla”; debido a que este método permite la entrada adecuada de luz a la planta, además facilita la poda y la colección del fruto, por otro lado reconocen la adopción del método llamado “Espaldera” es muy común entre los cultivadores, los cuales lo eligen según la inclinación del terreno o por mas comúnmente por tradición, en ultimas, lo correcto es que el Tutorado que se utilice, permita que la mata este abierta y en forma cónica, que es la postura ideal para un eficiente crecimiento de la mata y de los frutos, aprovechando al máximo las ventajas del clima.

**Grafico 13. Sistema de tutorado**



Los agricultores de Mora han utilizado diferentes sistemas de tutorado a lo largo de el manejo de sus cultivos; el sistema de “ESPALDERA SENCILLA” es el mas utilizado como lo muestra el cuadro No 17 y el grafico No 13, (39%), sin embargo este no es el ideal, dado que en este sistema la mayoría de las ramas quedan sin soporte, por lo tanto es preocupante que en la mayoría de los cultivos se tutore con un sistema que no da las mejores garantías, frente a lo cual debe continuarse con intensidad la labor educativa para que las agricultores adopten el sistema que mas les conviene a los cultivos, se destaca Jardimora por ser el grupo que mas utiliza dicho método. En segundo lugar se utiliza el método de “DOBLE T” implementado por el 36% de los agricultores, destacándose Preaman y Acep como las asociaciones que lo utilizan más y el 12% de los mismos utiliza con frecuencia el sistema denominado “CHIQUERO” como sistema de tutorado.

Por su parte los métodos “T SENCILLA” y “ESPALDERA DOBLE” son los sistemas menos utilizados por los agricultores puesto que solo el 7% y 6% respectivamente de ellos los utilizan.

Para la mayoría de los grupos es muy usual el tutorado de “Doble T” y la “Espaldera sencilla”, entre los más comunes tenemos:

**Tabla 16. Espaldera sencilla vs. doble T**

<b>OCD</b>	<b>Espaldera Sencilla</b>	<b>Doble T</b>
Asomora	31.6%	42.1%
Acep		50%
Asoflamora	42.9%	
Asoprovenus	46.2%	
Famimora		35.7%
Preaman		62.5%
Asofrumo	41.2%	41.2%
Asofruteros	35.7%	
Asoagrupec	46.2%	
Jardimora	46.7%	
Agrimora		36.4%

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 29 ubicada los anexos página 29.

Los socios de la alianza son conscientes de las ventajas de utilizar el sistema de “Doble T” puesto que es él más recomendable (según estudios realizados por CORPOICA) dada su efectividad para la salud y productividad de la mata, además de su bajo costo y facilidad de instalación.

Sin embargo los agricultores que llevan mucho tiempo cultivando no implementan la doble T debido a la antigüedad de los lotes, es decir que antes de adoptar las enseñanzas obtenidas de la asesoría técnica usaban mas comúnmente el sistema llamado “CHIQUERO” el cual es el menos eficiente por ser el mas costoso puesto que demanda mucha madera y no obedece a ninguna técnica de protección o eficiencia; Es por ello que es común encontrar el sistema de “Doble T” en los lotes nuevos, es decir los que comenzaron a sembrarse y a cosecharse recientemente. La implicación del NO tutorado es la perdida de producción, dado que si este proceso no se lleva a cabo no es posible hacer manejo adecuado, el abono necesario, la limpieza, y el control de matas, etc.

**TIPO DE PODA:** La poda es el la práctica más importante y necesaria del cultivo de la mora por que:

Prepara la planta para su vida productiva, ayudándola en el proceso de floración, formación de frutos y renovación de ramas.

Con la poda se favorece la aireación de la planta disminuyendo la aparición de plagas y enfermedades.

Se facilitan las labores de cosecha, desyerba, fertilización, aspersión de productos, y mantenimiento de tutorados.

Se facilita el desplazamiento de los operarios de cultivo.

Se puede hacer una mejor vigilancia de cada mata.



Las podas realizadas a tiempo permiten tener cosechas mas largas y abundantes.

Para el manejo técnico en el cultivo, existen cuatro tipos de Poda entre los cuales se destacan la “Formación”, “de mantenimiento o Fitosanitaria”, “Producción” y “Renovación” de las anteriores no se destaca ninguna en especial es decir, no existe una mejor que la otra, sino que se eligen dependiendo de la edad de la planta o la necesidad del agricultor; por ejemplo, la “**Poda Fitosanitaria**” es empleada para quitar la maleza vieja y enferma que rodea a la planta, esta poda promueve la emisión de ramas productoras de fruta y hace sanidad al cultivo, consiste en cortar permanentemente todos aquellos tallos y ramas que ya produjeron fruta y eliminar los *Látigos*( ramas delgadas con hojas pequeñas y escasa que crecen con tendencia a enterrarse y generalmente no florecen), ramas secas o enfermas, y despuntar las ramas *Vegetativas o Machos*( son ramas gruesas con muchas espinas, cuya punta tiene hojas cerradas y se pueden podar cuando el tallo este leñoso), con el propósito de estimular la brotación de ramas secundarias y terciarias, y eliminar algunos chupones básales. Para conservar el numero de tallos seleccionados inicialmente.

La “**Poda de formación**” se realiza a los tres meses de edad con el objetivo de dar la forma deseada a la mata (forma de taza), y se controla el crecimiento de las diferentes ramas que conforman el esqueleto de la planta; además de servir seleccionar machos y hembras; Con esta poda se eliminan todas las ramas que sobren después de haber seleccionado los 6 a 8 tallos básales necesarios para obtener una buena producción, teniendo en cuenta la fertilidad del suelo, la distancia de siembra y el manejo del cultivo, dentro de los tallos seleccionados debe por lo menos haber dos de tipo vegetativo, con el fin de regular la producción, pues las ramas *Hembras o productivas* ( ramas mas gruesas que las ramas látigos, pero más delgadas que los machos, crecen verticalmente y su punta siempre tiene hojas abiertas) son las que provocan los picos de cosecha, y las ramas macho son las que dan la fruta a través de todo el año.

**Foto 10. Poda de formación**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, “EL CULTIVO de la mora”

La “**Poda de Producción**” consiste en que después de escogidas las ramas que se van a dejar en la unidad productiva se proceden a dejar crecer las ramas hembras, las cuales se deben cortar si sobrepasan el segundo alambre, mientras las ramas vegetativas se deberán podar a una altura de 10 a 15 centímetros por encima del primer alambre o alambre inferior, cuando tengan consistencia semileñosa, esta poda induce la brotación de ramas laterales secundarias que pueden hembras o machos, en caso de ser machos se deberán podar próximas al alambre superior para obtener ramas terciarias que posteriormente florecerán.

**Foto 11. Poda de producción**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, “EL CULTIVO de la mora”

Finalmente se conoce la “**Poda de Renovación**” la cual se realiza cuando la producción de la mata ha disminuido considerablemente, por lo general por causa de el ataque de enfermedades o plagas, o por que ya la mata a superado su etapa o edad optima de producción, esta tipo de poda se puede realizar de dos formas: una consiste en cortar todas las ramas principales cuando hayan agotado su producción, la otra consiste en cortar toda la planta a ras del suelo cuando los rebotes no muestren el Vigor requerido para una producción optima, después de varios años de producción continua. Esta Poda debe realizarse en épocas de sequía para que cuando se inicien los rebotes, coincida con la época de lluvias y la planta crezca vigorosa. Antes de realizarla es importante comprobar el estado fitosanitario de las raíces del cultivo, con el fin de decidir si se realiza esta poda o se establece una siembra nueva.

**Foto 12. Poda de renovación**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, “EL CULTIVO de la mora”



Al indagar los tipos de PODA utilizados por los agricultores pertenecientes a la alianza hallamos que el 32.6% realiza “la Poda de Producción” la cual se realiza cuando la mata ya en etapa productiva, esto implica que a través de este tipo de poda se pueden programar las épocas de las cosechas, ventaja que debe ser aprovechada por el agricultor. Seguida en importancia por la “Poda Sanitaria” con un 32.2% de los cultivadores, esta poda debe realizarse preferiblemente cada 20 o 30 días para que se tenga un cultivo tecnificado y de alta producción además el trabajo se realizará mas rápido y el material eliminado será poco. En ese orden de implementación, sigue la “Poda de Formación” utilizada por el 22.6% de los asociados este es un tipo de poda muy importante por que además de proporcionar la forma adecuada a la mata para su desarrollo permite hacer una selección minuciosa de los tallos que en el futuro darán lugar a los frutos de calidad; dado que una mínima parte del total de las plantas que hacen parte de la alianza han superado su etapa productiva, la “Poda de Renovación” solo representa un 10.5% de los casos, puesto que es necesario que las matas ya tengan una avanzada edad para su realización y este no es el caso mas común de los lotes de la alianza.

La frecuencia ideal para podar un cultivo de Mora es mensual, sin embargo esta varía de acuerdo con el tipo de poda que se implemente según las necesidades y características del cultivo, el no podar o no realizarlo en este periodo de tiempo pondrá en peligro la salud del mismo; sin embargo un mes es precisamente el intervalo de tiempo mas común (65 de los encuestados) de los cuales el 36.9% realiza la Poda de Producción, lo que corrobora que la mayoría de los agricultores pertenecientes a la alianza ya tienen sus cultivos en edad de producción, solo 48 encuestados ejecutan esta practica con una frecuencia comprendida entre 1 y 2 meses y 43 lo hace trimestralmente.

Cabe resaltar que en tres OCD`s (Asopas, Acep y Jardimora) no se esta llevando a cabo Poda de Renovación, quizás porque son asociaciones muy recientes y sus matas son jóvenes o simplemente tienen a sus plantas en plena edad productiva, mientras que en Asomora 4 de 18 agricultores la esta realizando, lo mismo para 1 de 6 en Asoflomora, 4 de 12 en Asoprovenus, 2 de 14 en Famimora, 1 de 8 en Preaman, 6 de 16 en Asofrumo, 2 de 14 en Asofruteros, 3 de 13 en Asoagropec y 2 de 11 en Agrimora.

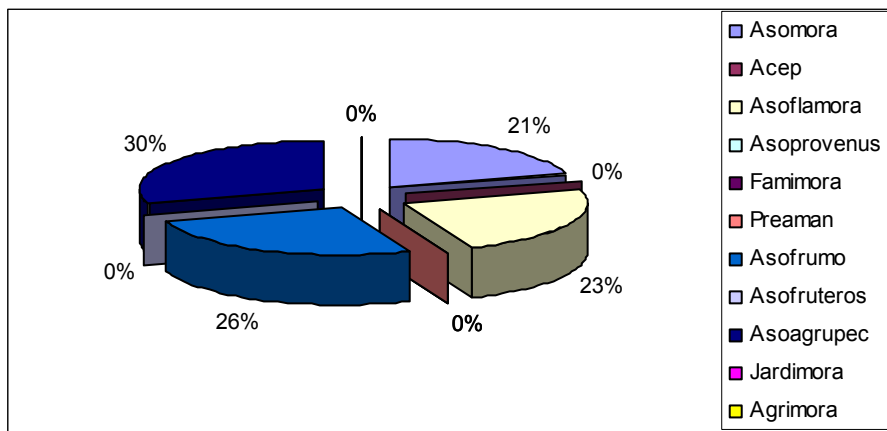
**Tabla 17. Tipos de podas utilizadas por las OCD`s**

<b>OCD</b>	<b>Formación</b>	<b>Producción</b>	<b>Sanitaria</b>
Asomora	44.4%	55.6%	
Acep		50.0%	
Asoflamora	50.0%		
Asoprovenus		66.7%	58.5%
Famimora		57.1%	57.1%
Preaman		62.5%	87.5%
Asofrumo	56.3%	68.8%	
Asofruteros		85.7%	71.4%
Asoagropec	61.5%		53.8%
Jardimora		76.9%	61.5%

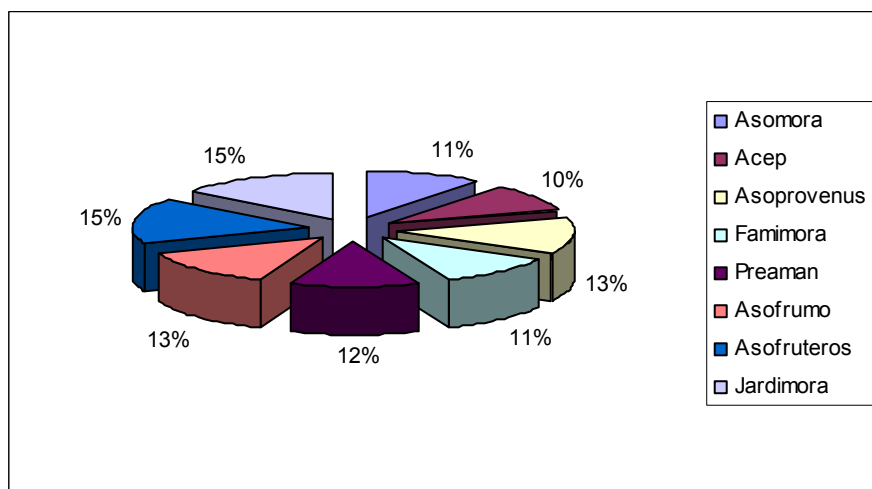
Agrimora			54.5%
----------	--	--	-------

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 30 ubicada los anexos página 29-30.

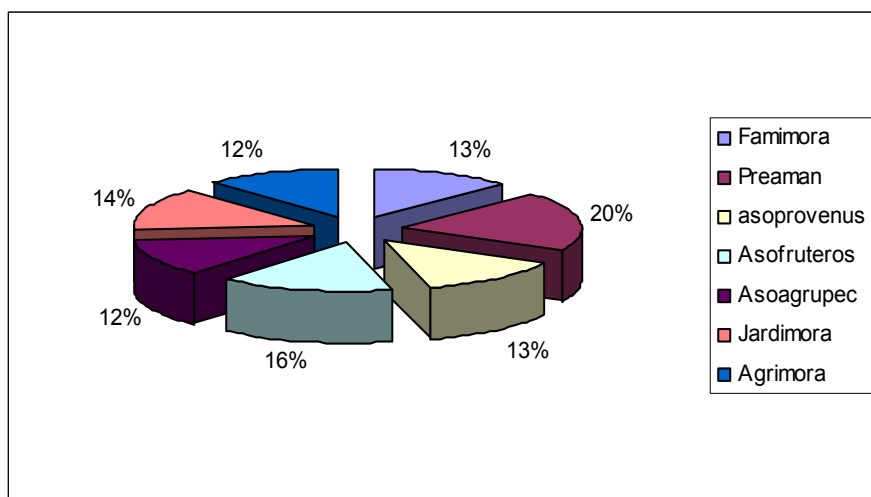
**Grafico 14. OCD's que utilizan poda de formación**



**Grafico 14.1 OCD's que utilizan poda de producción**



**Gráfico 14.2 OCD que utiliza poda de renovación**

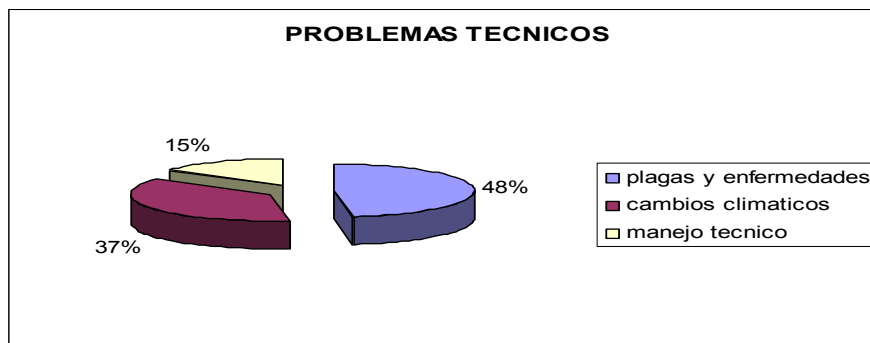


En la tabla No 17 y las graficas 14 se observa que son muy pocos los grupos que realizan la poda de Formación, es decir la que se aplica a matas jóvenes, lo que deja al descubierto que los grupos que realizan este tipo de poda (Asomora, Asoflomora, Asofrumo y Asoagropec) son OCD's con socios de reciente ingreso a la alianza por lo tanto con nuevos lotes. La tabla muestra también que la poda mas común es la "Poda de Producción" la cual se lleva acabo cuando las matas están en plena etapa productiva, indicando que la alianza en general cuenta con un buen potencial productivo en el momento de el estudio, y sigue en importancia la poda de tipo "Sanitaria" dejando como conclusión que se están adoptando medidas de cuidado para proteger la salud de los cultivos a través de esta técnica, esto es lógico además por que como bien se sabe las podas de Producción y sanitaria se realizan simultáneamente

#### **8.1.4 Problemática, plagas y enfermedades:**

**Plagas y Enfermedades:** Detectar los problemas que afectan el cultivo de la mora en el valle del Cauca resulta crucial para la puesta en marcha satisfactoria de este proyecto, entre las dificultades más comunes manifestadas por los socios de la misma, se destacan las limitaciones técnicas y las dificultades ocasionadas por el clima, factores que de manera parcial o definitiva influyen en el manejo de plagas y enfermedades que afectan a los cultivos, siendo esta ultima una de las mas significativas preocupaciones para los Agricultores.

**Grafico 15. Problemas técnicos**



Sin embargo el común denominador, en los cultivos pertenecientes a la alianza es que se presenten con mayor frecuencia los **HONGOS** (enfermedades) que causan pérdidas y hacen necesario desarrollar medidas de manejo; y con menos frecuencia se presentan los **INSECTOS**, los cuales se vuelven plagas cuando el hombre destruye los bosques y zonas de vida que alteran el equilibrio existente entre las fuerzas de la naturaleza y las poblaciones de insectos, por lo tanto estos empiezan a atacar los cultivos recién sembrados, frente a lo cual el hombre adopta medidas para atacarlos que no son las adecuadas volviéndolos más agresivos y convirtiéndolos en plagas.

A pesar de que la mora es un cultivo en proceso de domesticación, que se cultiva en pequeñas huertas o parcelas es atacado por diferentes plagas, las cuales de acuerdo al órgano de la planta que atacan se clasifican así:

PLAGAS QUE ATACAN A LA RAÍZ: perla de tierra y pasador

PLAGAS QUE ATACAN TALLOS Y RAMAS: gusano pasador, Trips o bichos de candela y del cuello de la planta.

PLAGAS QUE ATACAN LAS HOJAS: El gusano santa María, la burrita de la virgen, el picudo café. Los áfidos o pulgones, la arañita roja, Trips o bichos de candela. Cucarroncitos del follaje y los chinches chupadores de hojas y frutos.

PLAGAS QUE ATACAN LOS FRUTOS: la mosca de la fruta, chinches chupadores de hojas y frutos y los trips o bichos de canela

En cuanto a las enfermedades, estas son una alteración del funcionamiento de las plantas causada por un organismo y que se manifiesta por síntomas como manchas y pudriciones; las cuales son causadas por: **Hongos**, que son microorganismos que penetra a la planta a través de sus aberturas naturales y la pueden atacar en una o varias de sus partes, los **virus** son más pequeños que los hongos, transmitidos por los insectos o herramientas, y las **Bacterias** son organismos microscópicos que penetran a las plantas de forma similar a los hongos; producen marchitamientos, lesiones acuosas y se diseminan por herramientas, suelo y agua. Estas enfermedades se manejan tratando de reducir el impacto sobre la producción y maximizando la rentabilidad del cultivo, puesto

que es necesario agrupar todas las medidas de manejo y prácticas culturales para prevenir la enfermedad.

Las más comunes son: la Antracnosis, la Botritis, el Mildeo Velloso, el Oidium, la Roya y las Pudriciones de la raíz; destacándose en los cultivos que pertenecen a la alianza las siguientes:

**LA CRESPERA (Oidium):** También conocido como Mildeo polvoso, esta enfermedad es producida por el hongo denominado **Oidium sp**, el cual cambia el color de las hojas (mosaico) y las deforma, se localiza en ramas jóvenes, en tallos, botones y frutos afectados, se presenta un polvillo de color blancuzco por debajo de las hojas, las ramas afectadas toman apariencia de látigo y ataca flores y frutos produciendo su pérdida parcial o total. Este hongo sobrevive sobre residuos de cosecha, por eso para controlar la enfermedad es necesario mantener limpio el cultivo y con una buena aireación.

**Foto 13. Mildeo polvoso**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

**LA BOTRITIS:** o también llamada pudrición del fruto, es causada por un hongo llamado Botritis Cinera. Los frutos inmaduros y en proceso de maduración se pudren, el hongo destruye los frutos de parte o todo el racimo, este hongo permanece por mucho tiempo en el suelo en los desechos de las plantas y frutas.

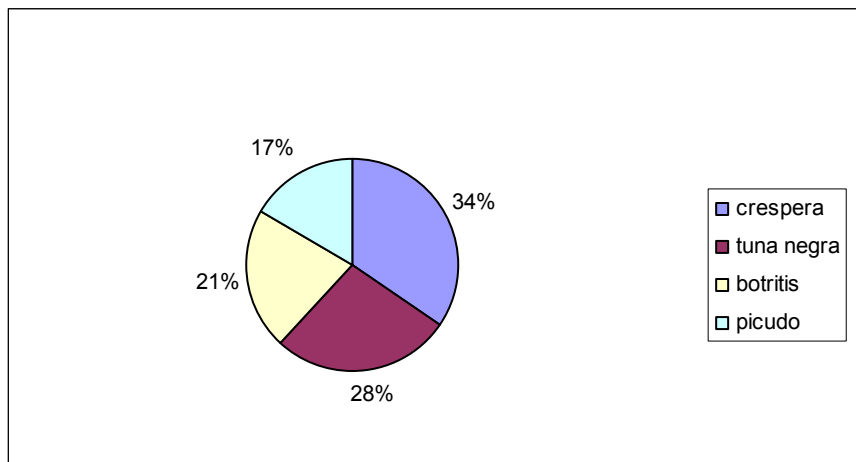
**Foto 14. Botritis**



**FUENTE:** FRANCO German, GIRALDO Manuel José, "EL CULTIVO de la mora"

**LA TUNA NEGRA:** Estas enfermedades que hacen su aparición especialmente en épocas de invierno debido a que los hongos se proliferan fácilmente con la humedad.

**Grafico 16. Enfermedades más comunes**



Respecto a lo anterior se identificó la siguiente situación fitosanitaria: como lo muestra la grafica No 16, el 34% de los cultivos enfrenta problemas de CRESPERA (Oidium) seguido por la TUNA NEGRA con un 28%, mientras BOTRITIS y PICUDO afectan 21% y 17% de los cultivos respectivamente.

Frente a esta situación, los agricultores toman medidas para prevenir y combatir las diferentes plagas a las cuales se enfrentan, estos controles varían de finca a finca de acuerdo con los conocimientos del agricultor para llevarlos a cabo ( los cuales han sido adquiridos de su propia experiencia o de la asesoría brindada por la Alianza a través de los técnicos e ingenieros), entre los controles el que mas se utiliza es el de tipo **Químico** ( es decir utilizando sustancia diseñadas especialmente para combatir los hongos) implementado por el 41.8% de los afectados, seguido de la **Poda** como practica sanitaria, ya que el 14.8% de los Agricultores consideran que podar es la mejor manera de evitar o eliminar las plagas que atacan sus cultivos; sin embargo es preocupante que el 16.6% de los damnificados por las enfermedades no llevan ningún tipo de control, lo que resulta una conducta peligrosa tanto para el futuro del cultivo como para los cultivos vecinos.

Existe un arraigo entre los agricultores por la utilización de sustancias químicas para el control de plagas y enfermedades, dejando de lado otras alternativas como La Poda, el Control Mecánico, etc. Esto debido a que su tradición cultural les ha enseñado que emplear un producto Químico que acabe de inmediato con el problema es la mejor solución para combatirlo, además los Cultivadores tampoco

tienen en cuenta la prevención de la planta desde su nacimiento a través de todos los mecanismos de tecnificación, abono y demás.

Las prácticas culturales recomendadas por los expertos son:

Sembrar únicamente materiales procedentes de plantas sanas.

Establecer el cultivo en terrenos fértiles y bien drenados.

Eliminar las plantas silvestres de mora que estén cerca de las plantaciones de mora comerciales, por que son Hospederas de hongos, virus y bacterias.

Desinfectar las herramientas especialmente las tijeras podadoras antes y después de podar.

Manejar distancias de siembra más amplias en zonas muy húmedas.

Consultar a los técnicos de su región sobre los controles biológicos y orgánicos que puedan tener las enfermedades de su cultivo.

Aplicar productos químicos solo cuando sea necesario, pero antes consultar al técnico.

En nuestro medio existe la tendencia, de controlar los insectos plaga al detectar su presencia en el cultivo, pero esto es un error por que se ha demostrado que las plantas pueden soportar un cierto nivel de daño sin que se disminuyan los rendimientos, lo ideal es inspeccionar o visita los cultivos para determinar la presencia y el daño de plaga, así como reconocer los insectos benéficos (estos se alimentan de otros insectos y ayudan a disminuir las poblaciones de plagas). Considerando además que a veces la plaga se encuentra oculta en el suelo o dentro del tallo o incluso se esconde de día y ataca de noche se han desarrollado muchos sistemas de control o manejo de plagas que permiten aplicar una medida que sea eficiente y no afecte el medio, la tendencia general es utilizar insecticidas químicos y entre mas tóxicos mejor, sin embargo pueden dañar las matas las cuales pueden responder bien utilizan químicos mas suaves. De esta manera, los técnicos han intentado enseñar a los agricultores, que lo ideal como medida para enfrentar las enfermedades es el **control preventivo** (mantener el material sano).

La frecuencia con la cual se ejerce el control de plagas y se aplican los químicos para combatir las enfermedades es determinante en la efectividad de su utilización y en la salud de los cultivos, es por eso que el 53.1% de las familias controla cada mes, y los que no lo hacen en este intervalo de tiempo controlan cada dos meses, es decir, el 48% de las familias, igualmente existen algunos cultivos que reciben control de plagas cada quince días como lo hacen el 32.7% de los lugareños.

Cabe destacar el hecho de que tan solo el 3.1% de todos los campesinos no identifica ninguna clase de plaga o enfermedad en sus plantas, esto puede

deberse a varias razones, entre ellas a que no conoce las enfermedades, no sabe como identificarlas o a que en el mejor de los casos realiza un control de plagas muy eficiente. Sin embargo es necesario que el productor tenga en cuenta que la eficiencia del uso de fungicidas depende del conocimiento de la enfermedad y de la acción del producto. Ya que la mayoría de los fungicidas aplicados a la planta las protegen de infecciones posteriores, pero no curan las ya iniciadas.

**Tipo de Control:** En vista de existen varias enfermedades que afectan a los cultivos de Mora, y de que varias de ellas pueden llegar a presentarse en un mismo lote a la vez, los agricultores pertenecientes a la Alianza toman ciertas medidas de control al respecto; adoptando conductas encaminadas a prevenir las plagas, el tipo de control que prefieren en especial es la utilización de productos Químicos en el 41.8%, de las fincas.

Frente a este problema otra de las medidas adoptadas es “la poda”, ya que el 14.8% de los campesinos decide podar el cultivo como medida de control; sin embargo un numero relevante de agricultores (16%) no realiza ningún tipo de control para protegerse de las plagas y enfermedades, este puede ser el caso de aquellos que aun no saben identificarlas de manera correcta, para poderlas combatir, o que no conoce los procedimiento adecuados para hacerlo.

Dado que el tipo de control mas frecuente que llevan a cabo los cultivadores de Mora para hacer frente a las plagas y enfermedades, se hace a través de productos Químicos, el producto utilizado para tal fin juega un papel importante dado que la calidad de este, influye sobre la efectividad tanto de la erradicación de las plagas como sobre la salud de el cultivo como tal, puesto que desafortunadamente este sistema se ha aplicado en forma incorrecta en muchos casos y se ha abusado de su uso, causando problemas de intoxicaciones, residuos, resistencia y contaminación, que son mas graves y peligrosos que la misma plaga o enfermedad que se pretende controlar. Por lo tanto el uso del control químico debe ser la ultima acción de que se tome y no la primera, si su efecto e muy notorio, su utilización debe ser formulada por personal calificado y buscando siempre los productos menos peligrosos y de menos toxicidad a los humanos. Así pues el producto Químico que en general mas utilizan los sembradores es el AMBIL, en el 25.2% de los casos, seguido de el DEROSAL con un 5.7% de uso, y el PARADAN con 4.8% de preferencia.

Sin embargo las plagas y las enfermedades deben controlarse por separado y de manera especial para cada una, además las enfermedades son diferentes y por lo tanto los controles también varían de acuerdo con el tipo de enfermedad, edad de la planta y momento en el que se identifican así:



**CONTROL PARA PLAGAS:**

**Control Mecánico:** Es una forma muy económica y eficaz de manejar algunas plagas con prácticas como recolección manual de insectos, buena preparación del suelo, uso de trampas como pegantes, atrayentes, etc.

**Control Físico:** es el uso de algunos elementos como el agua y la electricidad entre otros, para disminuir las poblaciones de plagas, su uso consiste en colocar trampas de luz, inundar los lotes. Esto de acuerdo con los hábitos de la lapa.

**Control cultural:** Es el más utilizado por el agricultor a veces sin saberlo, consiste en cambiar el medio al insecto para hacerlo apto para su desarrollo, por ejemplo: control de malezas, riego, distancias de siembra, fertilización, Podas, drenajes, épocas de siembra.

**Control Legislativo:** Son medidas ordenadas por el gobierno para evitar el desarrollo y diseminación de algunas plagas.

**Control biológico:** Es el uso de organismos vivos para manejar una plaga, se puede entender como la protección de los organismos benéficos nativos, evitando aplicaciones de venenos muy drásticos, o liberando productos a base de seres vivos como bacterias, Hongos u otros insectos.

**Control Químico:** Es el uso de sustancias producidas por sintéticos en laboratorios y destinados a matar por intoxicación una o varias plagas.

**CONTROL DE ENFERMEDADES:**

Antes de combatirlas es necesario prevenir las enfermedades tomando medidas sobre tres factores que son necesarios para que ocurra la enfermedad como son: El hospedero (planta): se puede manejar suministrando la fertilización correcta, usar plantas que presenten resistencia a las enfermedades o haciendo manejo químico.

El Patógeno (enfermedad): se puede manejar mediante programas de exclusión y prevención, erradicando las plantas afectadas con el fin de impedir el avance de la enfermedad, y mediante podas, quemas, remoción, destrucción de residuos de cosecha y tratamiento de semillas.

El Clima: manejo adecuado de agua evitando encharcamientos con la construcción de drenajes, manejando el suelo con la aplicación de correctivos de pH (acidez) y de los nutrientes que se requieran, evitando sembrar en suelos muy arcillosos, y por último manejando el cultivo mediante rotación, destrucción de residuos y recolección oportuna.

**OTROS CONTROLES:** Recolección y quema del material afectado, manteniendo el cultivo libre de malezas especialmente el palto de la planta.

Poda y quema de las ramas secas, desyerbe, plateos oportunos para la aireación del cultivo y prevención del desarrollo de la enfermedad.

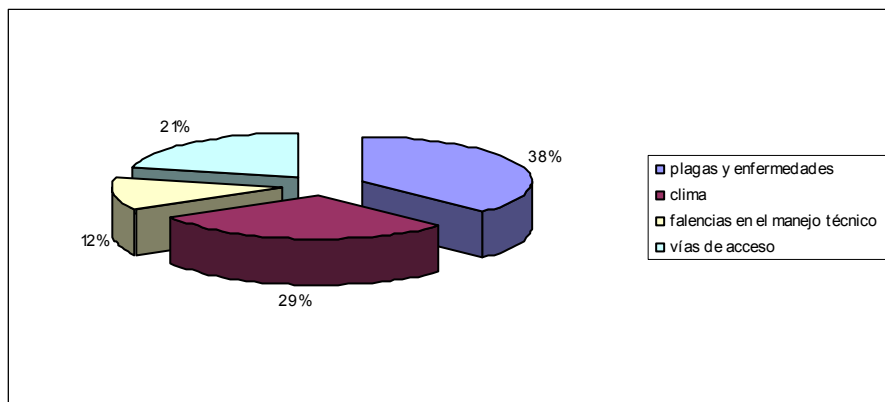
Fertilización oportuna.

Cosechar los frutos en su óptimo punto de maduración, sin dejarlos sobre madurar en la planta.

Aplicar producto a partir de cobre como Oxicloruro de cobre u Oxicob o de azufre como Elosal, Kumulus, Top -Sul, pero consultando al asistente técnico.

Desinfectar las tijeras podadoras.

**Grafico 17. Principales problemas del cultivo**



Al igual que el detectar problemas localizados en las veredas, resultaría aún mas apropiado detectar esos que se presentan a la hora del cultivo, debido a que concentrar las energías de cada una de las actividades efectuadas tanto por los técnicos como por las trabajadoras sociales y demás, conllevaría a los resultados satisfactorios que la mayoría espera, en este orden de ideas, la grafica No 18 muestra que el problema mas común entre el 38% de los agricultores es la presencia de *plagas y enfermedades* en el cultivo, lidiar con los impredecibles cambios de *clima* resulta riesgoso para el campesino por lo que se convierte en el segundo problema con un 29% de los casos, que de alguna manera se encuentra relacionado con la presencia de las plagas ya que cuando hay humedad estas se disparan; el 12% de los agricultores opina que la *falencias en el manejo técnico* es otro problema que amenaza la producción y el 2% considera que *las vías de acceso* son una contrariedad en este proyecto.

Para los grupos:

PREAMAN:	87.5%	ASOFRUMO:	68.8%
ACEP:	83.3%	ASOFLOMORA:	55.6%
ASOMORA:	78.9%		
ASOPROVENUS:	76.9%		
FAMIMORA:	71.4%		
ASOAGRUPEC:	69.2%		

NOTA: Los porcentajes que se muestran en la columna Grupo/OCD pertenecen a la Tabla Número 25 ubicada los anexos página 27.

Para los campesinos el mayor motivo de preocupación es la aparición de plagas y enfermedades en sus cultivos dado que es una de las causas por las cuales se podría ver disminuida la calidad y cantidad de su producción, puesto que si estas son mal manejadas no perjudican únicamente sus propios lotes sino que pueden llegar afectar cultivos vecinos haciendo menos eficiente la participación de la OCD a la que pertenecen dentro de la Alianza.

Para las asociaciones JARDIMORA y AGRIMORA el factor Climático y Plagas son en igual proporción dos de los inconvenientes que obstaculizan el buen resultado de la explotación de la Mora.

Las fallas en el manejo técnico sigue significando una contrariedad para los agricultores debido al gran arraigo por las practicas tradicionales que tienen los mismos, a pesar de todas las asesorias que continuamente ofrecen los técnicos, ha sido muy difícil lograr que los campesinos adopten una cultura de cultivos tecnificados que cambie sus tradiciones, sin embargo este problema se ha ido disminuyendo en la medida en que los agricultores aceptan que la adopción de dichas técnicas incrementa los volúmenes de producción por cosecha, de esta manera se reconoce que el 44% de los asociados de Asomora considera este un problema para su crecimiento como productor, lo mismo que el 23% en Asoprovenus, el 7% de los pertenecientes a Famimora, el 4% en Preaman, el 37% en Asofrumo, el 23% en Asofruteros y el 5% en Jardimora.

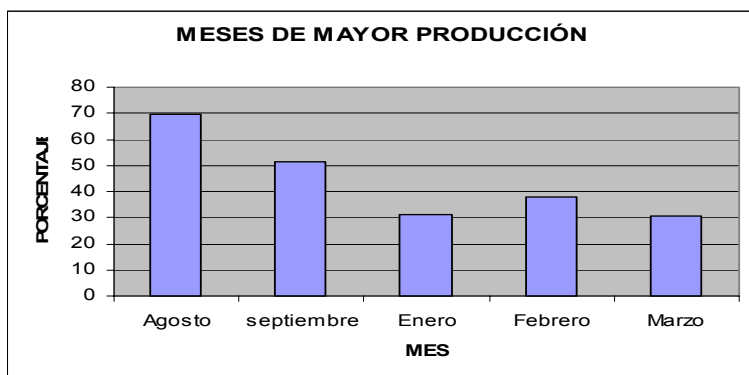
Las vías de acceso en algunas de las OCD's han sido construidas con apoyo de las entidades ( como la fundación Smurfit); algunas mejoradas por ellos mismos como en el caso de Trujillo, en las demás falta iniciativa de los asociados, debido a que deben tomar conciencia que es para beneficio de ellos y no deben esperar a que alguna entidad o el gobierno les colabore; las opciones de mejoría para algunas veredas son pocas, dada la humedad de las montañas solo las bestias tiene acceso a estos caminos o trochas por lo tanto se puede mejorar pero es muy difícil lograr la llegada de un transporte a motor, sin embargo, las vías principales (carreteras) a pesar de estar en mejores condiciones, no llegan hasta las fincas y es donde se hace necesario la tenencia de caballos para el transporte del producto.

Cabe mencionar que solo un pequeño porcentaje (4.4%) del total de los agricultores de la alianza considera el problema del *Orden Publico* como inconveniente en este proceso, sentimiento acentuado en los grupos de Asomora con el 5.3%, Famimora 7.1%, Preaman 12.5%, Asofrumo 6.3% y Asoagropec 15.4%, el hecho de que los campesinos lo manifiesten en muy poca proporción revela dos posibles alternativas, primero que ya aprendieron a convivir con este gran problema rural o simplemente temen mencionarlo; además, el Problema Organizacional también es poco mencionado, el 1.5% de Asofamora considera este un problema que afecta el cultivo destacado en las OCD's de Preaman 12.5% y Agrimora 11.1%, lo que deja al descubierto el buen trabajo realizado por las trabajadoras sociales y la misma capacidad de organización de los integrantes o simplemente es que creen que el problema organizacional no tiene gran relevancia al interior del funcionamiento del cultivo.

**ÉPOCA DE PRODUCCIÓN:** La etapa productiva se inicia a los ocho meses después del trasplante y se mantiene constante durante varios años.

La producción de la mora es continua aunque se presentan épocas de mayor producción a intervalos entre 5 y 6 meses; por eso se hace necesario identificar la percepción de los asociados para saber cuales son los meses de mayor producción que ellos consideran en su producción.

**Grafico 18. Meses de mayor producción**



Para un mejor aprovechamiento en la consecución de contratos y cumplimientos de compromisos en la explotación y comercialización de la mora se hace necesario conocer los períodos en los cuales los agricultores pueden obtener mayor cantidad del producto.

De acuerdo a las respuestas de los agricultores de mora pertenecientes a la Alianza Agroempresarial en el Valle del Cauca, el grafico no 19 indica que en un 69.4%, de los agricultores considera el mes de **Agosto** como el de mayor

producción, dicho mes es donde los agricultores piensan que la cosecha es mayor para su respectiva comercialización, **Septiembre** fue el segundo mes que los agricultores creen que es el mes de mayor producción considerada así por el 51.2% de los cultivadores, además de **Febrero** y **Enero** con 38.0% y 31.4% respectivamente; esto debido a que Agosto-Septiembre y Enero-Febrero son las fechas en que se presentan los veranos (clima ideal para la cosecha) en las zonas rurales del departamento, sin embargo, cabe precisar que por recientes fenómenos climáticos estos veranos corren de una vereda a otra y es por ello que en algunas OCD's mencionan a los meses de Marzo y Abril.

Los grupos que concordaron que Agosto-Septiembre es el periodo de mayor producción fueron: Asocfruteros de las 14 personas que pertenecen al grupo coincidieron que Agosto es el mes de mayor producción, además se hallaron 11 agricultores que señalan a Septiembre como otro mes de alta cosecha. Igual que Asofruterios, Agrimora coincidió que Agosto-Septiembre es un pico de producción en un 81.8%.

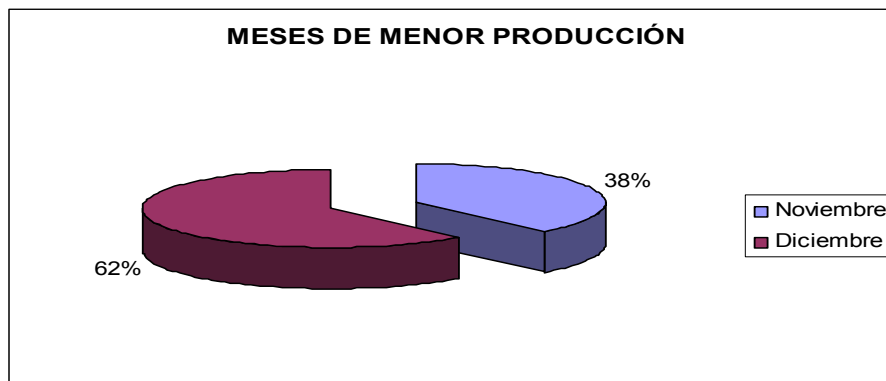
Las organizaciones FAMIMORA, ASOMORA Y ASOPROVENUS concordaron que el lapso de mayor producción es Agosto-Septiembre representado en un 69.2%, 55.6% y 72.7% respectivamente.

Para ASOFRUMO los meses de mayor producción son Febrero y Agosto en un porcentaje de 72.7% para ambos meses, seguido del mes de Enero en un 63.6%.

Los socios de JARDIMORA el mes de mayor producción es Agosto, seguido de Enero y Febrero donde la participación fue de 61.5%, 53.8% y 53.8% respectivamente.

La duración de estas cosechas es de aproximadamente ocho semanas, es decir que son dieciséis semanas de cosecha al año, que los cultivadores deben aprovechar al máximo el producto de sus parcelas.

**Grafico 19. Meses de menor producción**



Al igual que el conocer los picos de producción, determinar los períodos bajos de la misma es crucial para el desempeño de este proyecto debido a que los compromisos asumidos en este lapso de tiempo no deben ser de igual exigencia que en los meses anteriores, de tal manera que los agricultores puedan cumplir con los pedidos.

En el grafico No 20 se puede ver que diciembre es el mes considerado como de menor producción.

De una manera integral el 66.1% de los socios de la alianza opinaron que el período de menor producción es Diciembre, debido a las frecuentes lluvias que se presentan a lo largo de este mes, seguido por Noviembre en un 40.5% y finalmente Enero en un 37.2%.

En los diferentes grupos se encontró que: ASOAGROPEC, PREAMAN, ASOMORA respondieron que el intervalo de Noviembre a Enero es de baja producción considerado por los asociados en un 91.7%, 87.5% y 64.7% respectivamente.

Para el 85.7% de los pertenecientes al grupo ASOFRUTEROS el mes de menor producción es Diciembre, seguido por el mes de Enero un 71.4% de igual manera el 66.7%, las persona de las OCD's ASOPROVENUS, el 63.6% de los pertenecientes a AGRIMORA y finalmente el 53.8%. De los socios de JARDIMORA

En síntesis, es en las fechas de invierno Noviembre-Diciembre y por el mes de Mayo que se presentan los bajones de producción, estas son precisamente las temporadas de invierno, y las heladas que se presentan impiden no solo la cosecha y recolección de el producto si no su adecuado crecimiento y calidad.

**Tabla 18. Calendario de cosechas y procedencias**

<b>Enero</b>	Oferta Media
<b>Febrero</b>	Oferta Media
<b>Marzo</b>	Oferta Media
<b>Abril</b>	Oferta Media
<b>Mayo</b>	Oferta Baja
<b>Junio</b>	Oferta Media
<b>Julio</b>	Oferta Alta
<b>Agosto</b>	Oferta Alta
<b>Septiembre</b>	Oferta Alta
<b>Octubre</b>	Oferta Alta
<b>Noviembre</b>	Oferta Alta
<b>Diciembre</b>	Oferta Media
<b>Departamento</b>	Antioquia, Caldas, Cauca, C/marca, Huila, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Valle
<b>Fuente: Corabastos 2004</b>	

El cuadro No 18 muestra la información suministrada por CORABASTOS (Cundinamarca) para el año 2004, se puede concluir que, en Cundinamarca las

épocas de mayor y menor producción no coinciden totalmente con las del valle puesto que únicamente en el mes de mayo, cae la oferta, en ambos departamentos. Mientras que en cuanto a los meses de mayor producción tanto en el valle como en Cundinamarca se identifican enero, febrero, Agosto y septiembre como los meses de mayor éxito en las cosechas, aunque los dos primeros son de una oferta media, según la información suministrada por Corabastos.

## 9. EL MERCADO DE LA MORA

### 9.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE LA MORA

La estructura de mercado que caracteriza este producto (mora) es de competencia imperfecta, donde no existe una estructura de mercado definida.

El mercado de este producto se encuentra ubicado en el sector de los productos agrícolas, específicamente en el “mercado de la fruta fresca”. En este mercado se identifican los clientes de dos formas distintas: en primer lugar están los clientes que adquieren el producto para venderlo posteriormente a otros clientes suyos, es decir, son **compradores que no consumen** directamente la mora en fresco (intermediarios). En segundo lugar están los verdaderos **consumidores finales que consumen** la mora en fresco, y son en últimas quienes disfrutan de manera directa el producto; en este caso la mora en fresco. Lo constituyen en una alta proporción las familias en cuya canasta familiar se incluye el consumo de fruta fresca para jugo.

La segmentación del mercado esta constituida así:

**Segmentación por comprador comercial:** Mercado en fresco: Supermercados, Plaza, mayorista, Procesadoras e hipermercado, rapitiendas, almacenes de cadena, comerciantes de cadena de mercado, distribuidores de fruta fresca, mayoristas de productos agrícolas etc. de los cuales en su mayoría compran y comercializan mora, bien sean los dueños o solo administradores del local. Lo anterior permite establecer que la oferta comercial de mora en fresco debe estar orientada principalmente a los supermercados ya que constituyen el mayor porcentaje de compradores, en segundo lugar hay un segmento importante constituido por los comerciantes de plaza de mercado y en tercer lugar los comerciales mayoristas.

**Segmentación por comprador industrial:** La industria de jugos y refrescos (productora de jugos para el caso de la alianza Agroempresarial de la mora), Industria de mermeladas, industria vinícola, Industria procesadora de pulpas a base de fruta, Agroindustria de dulces, Colaciones, confites y recatos típicos; y los consumidores finales de la región del Valle del Cauca y Armenia a los cuales se llegan a través de los diferentes canales de comercialización de acuerdo al tipo de comprador.

**MERCADOS Y OPORTUNIDADES:** Un examen general de las tendencias del mercado de bebidas, marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aromas y sabores



innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas a partir de frutas, tanto en el mercado de los países desarrollados como en los países en desarrollo incluido Colombia. Si bien es cierto que existen grandes fluctuaciones en el corto y mediano plazo, referidas especialmente a la poca certeza en el abastecimiento de materias primas o semi-procesados, también se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales

Otro factor importante en el desarrollo del mercado del sub-sector de pulpas y jugos de frutas tropicales lo determina la fluctuación y el nivel de precios de comercialización que puede sacar un producto del mercado por falta de competitividad. Análogamente, los productores primarios podrían verse desestimulados en la producción por incapacidad de planear con suficiente antelación las necesidades de abastecer el mercado de transformación, en este punto se hace necesario concertar esfuerzos hacia una producción planificada, sustentable y competitiva.

La competitividad está definida, entre otras consideraciones por la capacidad de recibir e interpretar adecuadamente la información pertinente y oportuna, es así como podría definirse un proyecto de exportación de jugos, concentrados y pulpas/puré de frutas tropicales desde Colombia para los mercados de los países en desarrollo, teniendo en cuenta las perspectivas y oportunidades ofertadas por los cambios en el gusto del consumidor y la creciente población hispana localizada en Norteamérica y Europa.

#### **9.1.1 A nivel internacional**

**Países productores:** Según el “Manual del exportador de frutas, hortalizas y tubérculos en Colombia”, se estima que la producción mundial de moras en el 2003 fue de alrededor de 60.000 toneladas. En el que Estados Unidos es el principal productor mundial y su producción interna, cercana a las 13.000 toneladas, es aproximadamente el 22% del total mundial. El resto de la producción mundial se encuentra dispersa principalmente en países del Hemisferio Sur entre los que se destacan Nueva Zelanda y Chile.

Colombia ha dependido del café para la consecución de divisas., parte de las cuales se obtiene mediante exportaciones de azúcar, petróleo, Banano y Flores, sin embargo la demanda internacional de estos tiene ha disminuir dada la situación económica internacional de los últimos años, el aumento no ha sido significativo; Es por esto, que para aumentar la captación de divisas que requiere el país, es necesario diversificar la base exportadora buscando más productos agrícolas. Una gran alternativa la presentan los llamados “productos agrícolas hortofrutícolas” en especial las frutas que pueden ser producidas en Colombia bajo nuestra condición de trópico. Existe pues un mercado potencial para nuestros productos agrícolas, no es un mercado fácil, puesto que deben analizarse muy

bien todos los factores técnicos y sociales que los afectan, ya que es muy importante competir por calidad, lo cual abre mercados. Es un negocio de alto riesgo debido a que se trata de productos altamente perecederos con infraestructura en los puertos no totalmente adecuados.

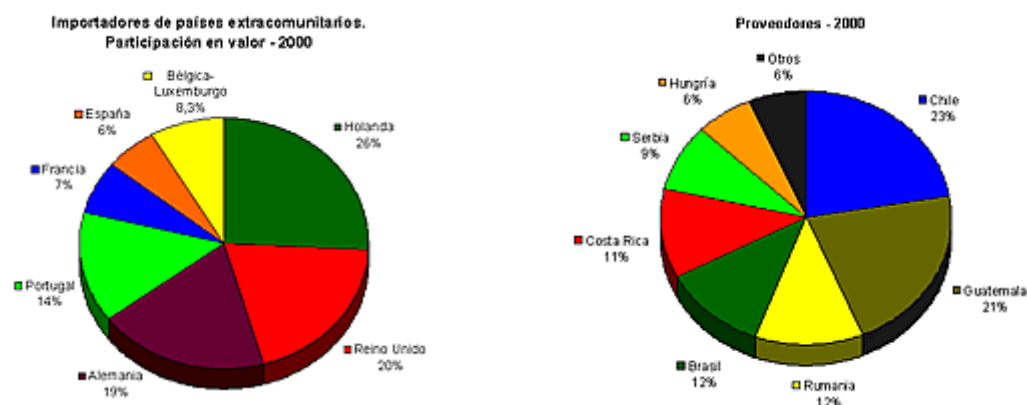
**Mercados Potenciales:** Los mercados extranjeros establecen unos requisitos que se deben cumplir estrictamente en cuanto a los requerimientos aduaneros, sanitarios y orgánicos que establecen las regulaciones del país exportador. Esos países industrializados y desarrollados tienen rigurosos métodos de control de calidad fitosanitaria (aditivos, residuos, químicos, infestaciones e infecciones) entre ellos están: los mercados ya conocidos como son: Estados Unidos, Canadá y Europa. Los mercados potenciales como son: Japón, Australia y los países Árabes, cuyos consumidores se inclinan grandemente a favor de los productos agrícolas frescos y 100% naturales.

En el mercado internacional la mora se comercializa como fruta de mesa y como materia prima para uso industrial, cerca del 90% de la producción de mora se destina al procesamiento y sólo el 10% se consume como fruta fresca. Los mercados internacionales demandan, preferiblemente, mora congelada mediante la tecnología IQF (Congelamiento Rápido Individual), debido a que este proceso amplía la vida útil de la fruta que es altamente perecedera, manteniendo una buena presentación en cuanto a tamaño, textura y consistencia, y facilitando la utilización por parte de los consumidores. Algunas variedades de moras dulces se exportan por vía aérea, debido a su alta perecibilidad y a que se demandan volúmenes pequeños. La mora congelada se exporta por vía marítima.<sup>12</sup>

Los principales importadores, Holanda y Alemania, tienen una fuerte industria productora de jugo. La mora no se incluye en jugos de un solo sabor sino dentro de mezclas con otras frutas y, a veces, su propósito principal es el dar color a las mezclas, antes que agregar un sabor específico. En general, las exportaciones de los países latinoamericanos han aumentado, destacándose Guatemala cuyo crecimiento es de 24,1% en valor y 25,5% en volumen, y Costa Rica, 38% en valor y 33,4% en volumen.

<sup>12</sup> ETCHEVERRI, Francia Elena. Posibilidades Agroindustriales para la explotación de la mora en Trujillo-Valle". Santiago de Cali, 1992. 252p. Tesis (Economista) Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas.

**Grafico 20. Importadores de países extracomunitarios      Grafico 21. Proveedores extra comunitarios 2000**



Convenio Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y Corporación Colombia Internacional, Mercado internacional de productos agrícolas, [en línea] Santiago de Cali: Ministerio de Agricultura, Septiembre 1999. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercoecolint.htm>.

Los gráficos 20 y 21 muestran que en el Año 2000 Estados Unidos obtuvo unas importaciones de mora fresca (Incluye moras, mulberries y loganberries) que alcanzaron los US\$: 11'475.000 con un crecimiento Anual igual a 31,3% equivalente a 2.733 toneladas.

Este país se autoabastece entre los meses de septiembre y mayo. La producción del país se concentra en el oeste, específicamente en los estados de Oregon y Washington, donde la principal variedad es la Evergreen.

Como fruta de mesa, los consumidores de Estados Unidos tienen preferencia por el sabor de las variedades locales. De hecho, las importaciones de mora no sustituyen el consumo en fresco pero se utilizan para ser incorporadas en mermeladas, conservas, bebidas y otras preparaciones.

**Grafico 22. Participación en valor 2.000**



Convenio Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y Corporación Colombia Internacional, Mercado internacional de productos agrícolas, [en línea] Santiago de Cali: Ministerio de Agricultura, Septiembre 1999. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercoecolint.htm>.

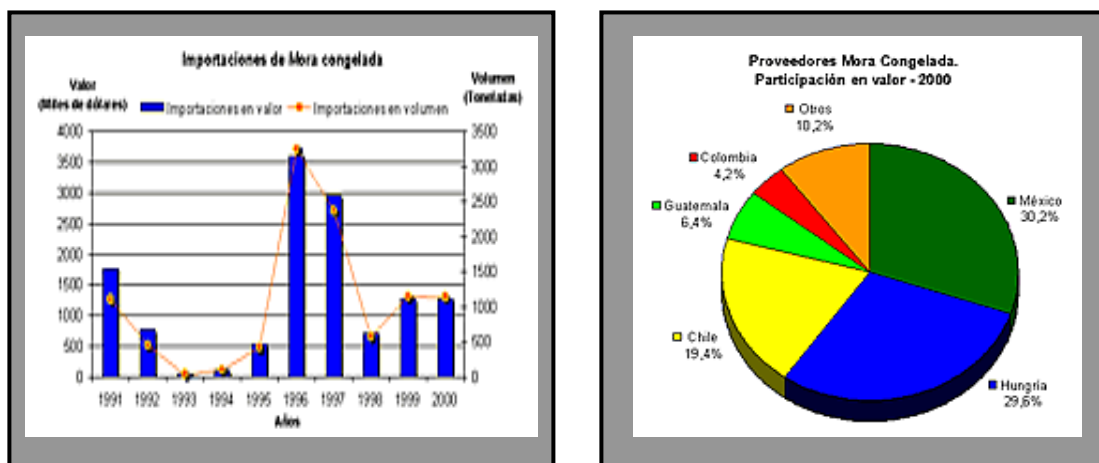
Según el grafico 22 México, el mayor proveedor, exportó 2.330 toneladas por valor de 10 millones de dólares en el 2000, y creció a una tasa promedio anual de 49,6% en valor y 56,4% en volumen.

México y Guatemala tienen las ofertas más prolongadas en comparación con otros países; desde noviembre a mayo compiten con la oferta interna de Estados Unidos y desde junio a agosto con la de otros países proveedores.

Al finalizar el mes de Noviembre, durante la fiesta de Acción de Gracias, el consumo de moras aumenta para preparar el “cobbler”, un postre tradicional en esta época.

### Importaciones de Mora congelada

**Grafico 23. Importaciones y proveedores**



Convenio Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y Corporación Colombia Internacional, Mercado internacional de productos agrícolas, [en línea] Santiago de Cali: Ministerio de Agricultura, Septiembre 1999. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercoecolint.htm>.

Los procesadores sólo recurren a la importación de moras congeladas cuando la producción interna no es suficiente, puesto que prefieren las variedades nativas como la Marion. Durante los años 1996 y 1997 la oferta interna fue escasa razón por la que aumentaron las importaciones. México, Hungría y Guatemala son los principales proveedores de moras congeladas para el mercado de Estados Unidos. Entre los tres responden por el 80% del valor de las importaciones, aproximadamente. México, el mayor proveedor, exportó 350 toneladas de moras congeladas por valor de 385 mil dólares en el 2000.

**Mercado Europeo** España es el principal proveedor de mora en la Unión Europea, donde participa con el 33.2 por ciento del valor y el 56.1 por ciento del

volumen, su ubicación, le permite ofrecer un producto en fresco; que se consume en su estado natural aunque su principal destino es el procesamiento ya que es de buena calidad a precios competitivos frente a la fruta proveniente de Latinoamérica

Los principales importadores de la fruta son Holanda y Alemania, que poseen una fuerte industria de jugos, que se mezcla con otras frutas. El objetivo es dar color a la mezcla.

Las exportaciones de mora de los países latinoamericanos han crecido. Guatemala creció en 24.1 por ciento en valor y 25.5 en volumen mientras Costa Rica creció 38 por ciento en valor y 33.4 por ciento en volumen.

**9.1.2 Mercado a Nivel Nacional** El mercado nacional de frutas es inmensamente grande, las frutas tropicales entre ellas la mora, figuran entre las especies de gran opción para el consumo interno. La industria y los exportadores se encuentran con un mercado internacional cuyo objetivo es la comercialización de frutas en fresco, teniendo en cuenta líneas de congelación y enlatados en las mas variadas formas, dadas las ventajas comparativas tales como. Localización geográfica, lata productividad, suministro del producto en cualquier época del año y bajos costos unitarios (mano de obra y productividad).

Colombia ha emprendido un ambicioso plan de diversificación en la producción agrícola de la zona cafetera, extendiéndose también en la diversificación de la caña de azúcar, en la búsqueda de nuevos renglones de exportación y a la vez una mejora de nuevos mercados nacionales o locales. Se cuenta con un calendario de exportaciones y la potencialidad de este, para aumentar la producción de frutas y el área sembrada por frutales, no solo por gran cantidad de terreno subutilizado si no también por la adaptabilidad de estos cultivos que va desde el nivel del mar hasta los 2.800 mts de altitud, donde se encuentran los cultivos de mora. Otro aspecto en el cual se ha avanzado en Colombia, por parte de los exportadores, es que han determinado las épocas del año en que es mas ventajoso ofrecer el producto determinado, como empacarlo, cuales son las normas fitosanitarias y de calidad que rigen en los países compradores, con eso se ha avanzado para hacerle frentes otros países competidores que ofrecen ventajas comparativas similares a las nuestras en la producción y variedad de productos tropicales y subtropicales, tales como: Brasil, Perú , Chile , algunos países africanos y Asiáticos.

En Colombia la producción se destina al consumo interno y para el procesamiento industrial, debido al menor contenido de sólidos solubles y el sabor que presenta la mora de Castilla.

El departamento de Cundinamarca produce más de la tercera parte de esta fruta en Colombia, la mayor parte se centra en los municipios de San Bernardo, Silvana

y el Colegio. Seguido por los departamentos de Santander y Antioquia. El área nacional es de 8.000 ha, con un volumen de 54.000 toneladas.

**Tabla 19. Producción nacional**

Municipio Año 2003	Área sembrada (has)	Producción (Ton.)	Rendimiento (Kg./ha)
Antioquia	914	6.624	7.247
Boyacá	394	2.657	6.752
Caldas	160	1.456	9.100
Cauca	431	1.724	4.000
Cesar	318	1.563	4.915
Cundinamarca	2.576	27.505	10.677
Chocó	3	24	8.000
Huila	793	5.957	7.512
Meta	84	821	9.768
Nariño	374	1.432	3.829
Quindío	61	273	4.446
Risaralda	293	2.000	6.826
Santander	2.147	17.652	8.222
Tolima	419	3.462	8.263
Valle del Cauca	1.044	5.588	5.354
<b>Total Mora</b>	<b>10.011</b>	<b>78.738</b>	

Fuente: Secretarías de Agricultura Departamentales - URPAS's, UMATA's, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

La tabla Número 19 nos muestra la producción nacional de mora para el año 2003 diferenciada por departamentos, en donde se puede observar, que el departamento con la mayor producción de mora es Cundinamarca ya que cuenta con un área sembrada de 2.578 has, y un rendimiento de 10.677 Kilogramos por ha, seguido de Santander y en tercer lugar a nivel nacional, se encuentra el valle con un área sembrada de 1.044 has y un rendimiento de 5.354 kilos por hectárea. Dado que Cundinamarca y Santander son los departamentos más importantes del país en producción de Mora, es importante considerarlos como una competencia, puesto que tiene una mayor oferta para abastecer la creciente demanda que en materia frutícola ha venido cobrando importancia, en el país, especialmente para fines industriales.

Estén variadas razones para esta situación, pero una de ellas puede ser el apoyo institucional recibido por los agricultores de esta región, quienes han visto en la mora su fuente de ingresos y se han dedicado a adoptar practicas de mejoramiento, como es el caso de la alianza Agroempresarial de la Mora en el Valle, la cual debe cada día acoger un mayor numero de familias, en iras a alcanzar un lugar mas importante y competitivo a nivel nacional<sup>13</sup>

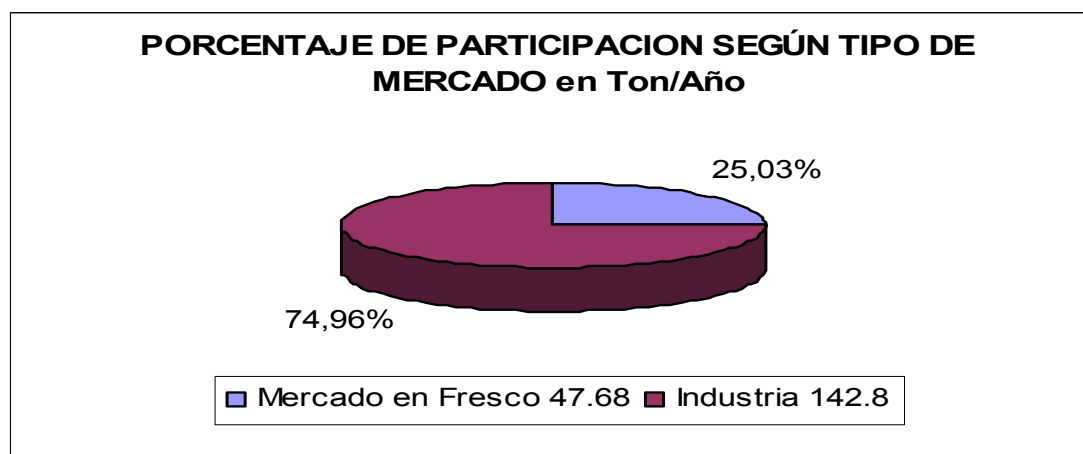
<sup>13</sup>. ECHEVERRI, Francia Elena. Posibilidades Agroindustriales para la explotación de la mora en Trujillo-Valle". Santiago de Cali, 1992. 252p. Tesis (Economista) Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas.

**9.1.3 Mercado a Nivel Local** Para el Valle del Cauca existen optimas condiciones climáticas y de altura para el cultivo de la mora, debido a que contamos con dos cordilleras disponibles para el uso agrícola y la posibilidad de diversificar el uso del suelo vallecaucano utilizado en gran escala para el cultivo de Caña de azúcar, es por ello que al referirse al mercado de la mora a nivel local, el proyecto hará referencia a la existencia de la Alianza como tal, pese a que existen mas cultivadores de mora en el departamento, el documento se limitara a lo que en si concierne, que es el mercado de la mora para la Alianza Agroempresarial de la Mora y los datos obtenidos entre los asociados a ella.

El proyecto cobija cuatro municipios cultivadores de mora con condiciones climáticas y territoriales adecuadas para la producción y comercialización del producto, dentro de estos municipios se encuentra organizadas 12 asociaciones designadas con el nombre de OCDs (ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE DESARROLLO) las cuales nacieron de una necesidad de abastecer la creciente demanda de mora destinada a el mercado en fresco y a la industria, que hasta el momento de la conformación de alianza no era suficiente.

#### 9.1.3.1 Conformación del Mercado Local

**Grafico 24. Porcentaje de participación según tipo de mercado**



Los agricultores asociados sacan la mora cumpliendo previamente con ciertos requisitos de calidad que le exigen los demandantes a nivel de mercado en fresco e industrial; para alcanzar dicha calidad, los productores han ido aprendiendo y perfeccionando los procesos de cultivo y recolección gracias a la asesoría técnica a la cual tiene acceso por pertenecer a ASOFAMORA.

**Tabla 20. Mercado en fresco e industria**

OCD	Mercado en Fresco		Industria	
	Ton/Año	Participación	Ton/Año	Participación
<b>Preaman</b>	10.92	23%	37.8	26.4%
<b>Asomora</b>	26	53%	70	49.10%
<b>Agrimora</b>			35	24.50%
<b>Jardimora</b>	4.16	9%		
<b>Asoagrupec</b>	1.4	3%		
<b>Famimora</b>	5.2	11%		
<b>TOTAL</b>	<b>47.68</b>	<b>100%</b>	<b>142.8</b>	<b>100%</b>

La tabla número 20 se aprecia que no todos los grupos manejan producción dirigida a mercado en fresco y al sector industrial a la vez, como es el caso de *Jardimora*, *Asoagrupec* y *Famimora* que únicamente dirigen su producto a el mercado en fresco, y de *Agrimora* que solo tiene como objetivo el sector industria, sin embargo *Preaman* y *Asomora* manejan volúmenes de producción suficientes para abastecer parte de la demanda del sector industrial y de mercado en fresco simultáneamente, esto debido en parte por que son las OCDs que manejan los mas altos niveles de participación dentro de la alianza, el mas alto aporte lo hace *Asomora* con una participación del 53%, es decir 26 Toneladas al año para mercado Fresco y 49.10% de participación dirigido a la industria lo cual es 70 Tn/año, seguido de *Preaman* con el 23% de participación dentro del Mercado en fresco que constituyen 10.92 Toneladas al año y en la industria participa con 26.4% es decir 37.8 Tn/año.

La producción manejada por las OCDs a Mercado en Fresco, en orden de mayor participación son:

11% de participación *Famimora* que aporta 5.2 Tn/año

9% de participación *Jardimora* que aporta 4.16% Tn/año

3% de participación *Asoagrupec* que aporta 1.4% Tn/año

El Volumen de producción dirigido únicamente a la Industria es de 35 Tn/año aportado por *Agrimora* es decir el 24.50% de participación.

En total, el volumen de producción dirigido a mercado fresco aportado por todas las OCD pertenecientes a la alianza es 47.68 Tn/año y para la Industria el volumen de producción es mucho mayor, ya que se producen 142.8 Tn/año, para una suma total de **190.48 Tn/año** de Mora.

### 9.1.3.2 Costos de comercialización (Kg./Semana)

**Tabla 21. Costos de comercialización industria y mercado en fresco**

ITEM	Asoagrupec	Jardimora	Preaman	Agrimora	Famimora	Asomora
<b>INDUSTRIA</b>						
Transporte acopio – planta del cliente			\$90	\$150		\$70
Descuentos por ASOFRUCOL			\$10.57	\$10.57		\$10.57
Viáticos en la entrega			\$20.6	\$22.28		\$5.2



Gastos Bancarios			\$4.2			\$4.2
Otros Descuentos (Retefuente, BNA)						
Empaque				\$150		
Otros ¿Cuál?						
<b>Total</b>			<b>125.37</b>	<b>332.3</b>		<b>\$89.97</b>
<b>MERCADO EN FRESCO</b>						
Mano de obra/selección y empaque						\$16
Transporte acopio – al cliente	\$982.65	\$198.85	\$196.42		\$306	\$108
Descuentos por ASOHOFRUCOL	\$20	\$20	\$20		\$20	
Viáticos en la entrega	\$557.20	\$85.71	\$14.3		\$150	\$16
Gastos Bancarios						
Otros Descuentos (Retefuente, BNA)	\$30	\$30			\$30	\$8
Empaque	\$200	\$200	\$120		\$200	\$130
Otros ¿Cuál?		\$11.42 <sup>(1)</sup>	\$52. <sup>(2)</sup>			
<b>Total</b>	<b>\$1791.85</b>	<b>\$545.98</b>	<b>403.3</b>		<b>\$706</b>	<b>\$278</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1791.85</b>	<b>\$545.98</b>	<b>528.69</b>	<b>\$332.3</b>	<b>\$706</b>	<b>\$376.97</b>

(1) Teléfono

(2) Pagador \$40.000 mensuales y Ahorro \$5 por Kg.

(3) FUENTE: cálculos del autor tomado de registros llevados por los técnicos y trabajadoras sociales en sus visitas a las veredas.

Es necesario evaluar el nivel de conocimiento que poseen los socios de “La Alianza Agroempresarial de la Mora” en cuanto a los Costos de Comercialización para Mercado en Fresco e Industria con el objetivo de saber que implica asumirlos y manejarlos para así reestructurar o perfeccionar el nivel de información entre las diferentes OCD’s para convertirlos en grupos sostenibles y competitivos frente a otras regiones productoras del país.

**INDUSTRIA** Los cálculos de costos de transporte (acopio – planta cliente) para la industria se obtienen teniendo en cuenta lo que cuesta el envío por canastilla, cada una de las cuales contiene 12.5 Kl. De mora, mas lo que cuesta llevar al producto del centro de acopio a Cali respecto a los kilos que se producen en determinada OCD.

*Por ejemplo: PARA JARDIMORA Cuesta \$700 el envío de una canastilla, la cual contiene 12.5 Kl. De lo cual se obtiene que  $700/12.5=\$56$  el Kilo, a eso le sumamos que llevar esa canastilla a Cali cuesta \$25000 el viaje y dado que esta OCD produce 175Kl. Semanales se obtiene que  $25000/175=\$143$ , para un total de  $56+143=\$199$  cuesta para Jardimora enviar cada Kilo hasta Cali.*

De los datos colectados se puede concluir que los mayores costos de transporte acopio - planta cliente los tiene Agrimora a quien le cuesta \$150 el envío de un Kilo, es posible que dicho costo se deba a que toda su producción la dirige a la industria únicamente. Seguido de Preaman y Asomora con \$90 y \$70 por Kilo respectivamente.

Dentro de los costos de comercialización a tener en cuenta, esta el descuento para el Fondo Nacional Hortofrutícola (Asohofrucol) que por ley equivale al 1% del

valor de la factura, de tal manera que en el caso de la venta de mora para la industria, este valor equivaldría al \$10.57 dado que es el 1% del precio de venta establecido para la Industria por Kilo de mora igual a \$1057.

Además del transporte y los costos de transacción requeridos por el Fondo Hortofrutícola, también dentro de los costos de comercialización deben incluirse los costos asociados a los viajes que realizan los agricultores para entregar el producto a sus clientes; en *Preaman* por ejemplo se gasta en viáticos para la entrega de producción \$15.000 semanales que por kilo es \$20.6, mientras que *Agrimora* gasta \$15.000 semanales es decir \$22.3 por kilo; finalmente *Asomora* gasta solo \$7.000semanales es decir \$5.2 el kilo, Como podemos notar los gastos que asume *Agrimora* por concepto de viáticos son altos en comparación con las dos OCD's restantes, una de las razones es que su producción es mayor.

En cuanto a los gastos Bancarios se manifestó que solo *Preaman* y *Asomora* poseen algún gasto bancario específico. Manifestó que gasta \$4.2 por Kilo por concepto de 4x1000 en base a los \$1057 que es el precio de venta del kilo para la Industria.

Los demás grupos quizás no tienen o no manejan dicho costo o algún costo bancario en especial. Para la Industria los descuentos concernientes a la Retefuente o BNA no se toman en cuenta a la hora de facturar el producto, es decir, que ninguna de las OCD's maneja la comercialización de la Mora a través de Bolsa.

Los costos asociados al empaque de la fruta comercializada para la Industria arrojan que solo *0Agrimora* tiene en cuenta en sus costos el valor del empaque siendo \$1.875 pesos por canastilla cada una de las cuales contienen o posee la capacidad para una arroba de mora es decir 25 lb., por lo tanto el precio por kilo es de \$150

**MERCADO EN FRESCO** A diferencia de la comercialización a través de industria, el mercado en fresco posee un requerimiento especial para la presentación de la fruta para consumo directo, por ello dentro de los costos de comercialización se incluyen los costos asociados a la *mano de obra para selección y empaque (por jornal)*, en los cuales se obtuvo que *Asomora* ubicada en Trujillo es un grupo que contrata Mano de Obra de \$8.000 por Jornal, y dado que su producción es de 500 Kg. por semana el costo del jornal por cada kilo es de \$16, el cual se paga por un día de cosecha a la semana.

Jardimora y Asoagrupec no pagan ninguna cantidad de dinero por concepto de mano de obra para selección y empaque, quizás porque son los productores mismos quienes realizan la selección y el empaque evitándose de esta manera un costo adicional.

En cuanto a los costos relacionados con el transporte acopio – planta cliente (Kg.) Las cuatro OCD's que comercializan actualmente con el Mercado en Fresco poseen gastos muy diversos en cuanto al transporte que asumen del Centro de Acopio a la Planta Cliente, incluso son más altos que los asumidos para las OCDs que comercializan con la industria. Asomora por su parte tiene detectado un promedio de \$108 por Kg. para cada entrega realizada.

Jardimora tiene un costo de \$198.85 el kilo y se une con dos grupos más para la respectiva entrega de mora donde el costo es \$40.000 por viaje resultando beneficioso para las tres, pues se reparten el costo de el transporte, quizás utilicen este mecanismo debido a que sus porcentajes de participación son los mas bajos de la alianza y no les resultaría nada favorable asumir los costos de manera individual. Estos grupos son Famimora y Asoagrupec con \$306 y \$982.65 respectivamente.

Para Preaman el costo de transporte es \$196 y por Kg. *Asoagrupec* se destaca como la OCD con los más altos costos de transporte ha mercado fresco ya que sus volúmenes de participación son los más bajos.

Al igual que el mercado local industrial, la comercialización de la mora a través del mercado en fresco también debe pagar un porcentaje destinado al Fondo Nacional Hortofrutícola (Asohofrucol) igual al 1% del valor facturado, equivalente a \$20 por kilo de mora debido a que el valor del kilo para comercialización en fresco es de \$2000 Kg. Así pues, que Asoagrupec, Jardimora Asomora, Preaman y Famimora tienen un descuento de \$20 el kilo, por cada transacción.

Los viáticos en la entrega expresados en valor por día también son considerados a la hora de estructurar los costos de comercialización, de tal manera que para las organizaciones que comercializan en fresco los costos asociados a los viajes que realizan los socios para entregar la fruta al comprador final, en este caso supermercados Galería, Comfandi en Tulúa y Mercados campesinos encontramos que Asoagrupec es el grupo que posee mayor gasto por concepto de viáticos en la entrega siendo \$15.000 por día (semana), es decir 557.6 el kilo.

Seguida de Famimora \$10.000 por día, lo que representa por kilo \$150, Jardimora, Preaman y Asomora se gastan por día \$15.000, \$2.000 y \$8.000 respectivamente; por lo tanto el valor del viático por kilo es de \$85.71, \$14.3 y \$16 respectivamente. Podemos notar que la OCD que menos gasta en viáticos es Preaman resultando beneficioso para los socios de dicho grupo pues ello se traduce en menores costos de comercialización. Por su parte los mayores viáticos los paga Asoagrupec, esta es además la OCD que tiene los mas altos costos de transporte.

En cuanto a otros descuentos efectuados a la hora de facturar la negociación (Retefuente, BNA por transacción), es preferible que la negociación se haga a través de Bolsa, puesto que así el porcentaje retenido es del 1.5%, de no ser así la retención ascendería a un porcentaje del 3.0%; de esta manera, el 1.5% sobre

\$2000 que es el precio de un kilo de mora para mercado fresco, por lo tanto para Asoagrupec, Famimora y Jardimora la retención en la fuente es de \$30 el kilo. Por su parte para Asomora el descuento es de el 4x1000 sobre \$2000 es de \$8 el kilo.

**Tabla 22. Exigencia en el momento de negociar**

ITEM	Asoagrupec	Jardimora	Preaman	Agrimora	Famimora	Asomora
<b>EMPAQUE</b>						
Mercado Fresco	Bolsa Plástica	Bolsa plástica	Bolsa plástica para supermercados, los intermediarios compran en canastillas		Bolsa plástica	Bolsa de 1 Lb. Con cierre hermético
<b>CALIDAD</b>						
Mercado en Fresco	Extra y Primera	Extra y Primera	Extra y Primera		Extra y Primera	Fruta entera, limpia, madurez (4,5 y 6)

Los costos de comercialización ligados al empaque (bolsa) de la fruta para el mercado en fresco poseen requerimientos particulares por parte del comprador, para lo cual se exige una bolsa plástica de una libra; de esta manera, las diferentes organizaciones que comercializan para el mercado en fresco deben incluir el valor de estas bolsas multiplicado por dos (lo que equivale al costo de un Kg. comercializado), así, para Asoagrupec y Jardimora y Famimora cada empaque, o bolsa tiene un costo de \$100 y dado que la bolsa tiene capacidad de una libra, llevado a kilo es de \$200 el costo de cada una. Mientras que para Preaman y Asomora el costo de la bolsa por kilo es de \$120 y \$130 respectivamente.

Por otro lado, hay costos adicionales para casa grupo que se deben tener en cuenta, es el caso de Jardimora quien tiene gastos adicionales por concepto de teléfono, puesto que hace las trece llamadas que asumen para acordar la respectiva comercialización de la mora y le cuesta \$2000 semanales hacerlas, así que por cada kilo este costo es de \$11.4.

Preaman también tiene gastos extras, ya que mensualmente asume el sueldo de un pagador que gana \$40.000 mensuales es decir \$47.6 el kilo /semana. Sin embargo Preaman tiene un ahorro de \$5

## Gastos generales de la OCD (Kg. /Semana)

Tabla 23. Gastos generales

ITEM	Asoagrupec	Jardimora	Preaman	Agrimora	Famimora	Asomora
Elementos de aseo			\$0.80	\$0.74		\$2.70
Papelería y Fotocopias			\$0.53	\$0.74		\$0.67
Gastos de servicios públicos			\$6.67	\$13.00		\$6.77
Otros ¿Cuál?						
<b>Total</b>			<b>\$8.00</b>	<b>\$14.48</b>		<b>\$10.14</b>

Al igual que estructurar los costos de comercialización, es prescindible identificar algunos gastos generales en los que incurren las organizaciones para su buen funcionamiento; según los resultados, se localizo que existen tres OCD's que manejan gastos destinados al aseo, papelería y servicios públicos. Asomora es el grupo que mayor gasta en elementos de aseo siendo \$20.000 mensuales (\$2.7 Kl. /sem), seguido de Agrimora \$2.000 (\$0.74Kl./sem) y finalmente Preaman solo gasta \$3.000 al mes (\$0.80Kl./sem). Asoagrupec y Jardimora Por su parte no manejan dicho gasto, puesto que sus elementos de aseo son muy precarios o tienen poca costumbre de aseo.

Además, no todas la OCDs tienen la necesidad de gastar dinero por concepto de papelería y fotocopias bien sea por que no llevan registros o por que no tiene el hábito de utilizar papelería para actas u otros documentos. Preaman se gasta mensualmente \$2000 por concepto de papelería \$0.53 el kilo/semana, y Asomora se están gastando en el mes \$5.000 pesos para papelería y fotocopias es decir, \$0.67 el kilo a la semana y Agrimora solo se gasta \$2.000 pesos en el mes traducido en \$0.74 el kilo semanal.

La OCD que mayor gasta en servicios públicos es *Agrimora* puesto que cada mes destina \$35.000 pesos para el pago de dicho rubro, este valor resulta ser \$13 por kilo a la semana, seguido del grupo *Asomora* gastando \$50.000 es decir \$6.77 el kilo semanalmente y por su parte Preaman solo asume \$25.000 en el mes de los cuales semanalmente el kilo cuesta \$6.6.

El resto de las OCD no asume estos gastos generales que además son importantes para el funcionamiento eficiente y organizado de la alianza.

**9.2.1 Tipo de Mora que más se Comercializa** En Colombia existen unas 44 especies de las familias de las rosáceas y solo 9 son comestibles. Entre las variedades están: la mora de castilla o la zarzamora azul y la pajarita.

La Mora de castilla: es la más importante comercialmente y la más cultivada en el país, es posiblemente resultante de una antigua selección de plantas silvestres que presentan diferencias en tamaño y porte de las plantas debido a factores

como el clima y el suelo. Esta mora se adapta a alturas entre los 1.200 y 3.200 metros sobre el nivel del mar.

La mora de “Castilla” o andina. Se distingue de las otras especies por su excelente calidad en tamaño, color y aroma

### **9.3 COMPETENCIA**

Para hacer un barrido acerca del tipo de competencia que enfrenta el mercado de la mora se deben tener en cuenta varios aspectos; primero, si se refiere al mercado de frutas en fresco, en el cual la competencia sería no solo con otros productores de mora, sino con aquellos productores que cultivan la variada gama del mercado frutícola para la comercialización en fresco, así entonces, la Alianza les disputa el mercado de la fruta fresca a otros productores de la fruta fresca como mango, lulo, guayaba, tomate de árbol, naranja y otros productos de la variada y rica despensa frutícola colombiana; estos productos constituyen competencia directa de Asofamora, sin embargo, hay otra alta gama de productos que son sustitutos de la fruta fresca y con los cuales también se compite, como los son los refrescos artificiales en el caso de que la fruta sea utilizada para la realización de jugos.

Además, Un examen general de las tendencias del mercado de bebidas, marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas a partir de frutas, tanto en el mercado de los países desarrollados como en de los países en desarrollo como Colombia. Si bien es cierto que existen grandes fluctuaciones en el corto y mediano plazo, referidas especialmente a poca certeza en el abastecimiento de materias primas o semi-procesados, también se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales Otro factor importante en el desarrollo del mercado del sub-sector de pulpas y jugos de frutas tropicales lo determina la fluctuación y el nivel de precios de comercialización que pueden sacar un producto del mercado por falta de competitividad. Análogamente, los productores primarios podrían verse desestimulados en la producción por incapacidad de planear con suficiente antelación las necesidades de abastecer el mercado de transformación, en este punto se hace necesario concertar esfuerzos hacia una producción planificada, sustentable y competitiva.

La competitividad está definida, entre otras consideraciones por la capacidad de recibir e interpretar adecuadamente la información pertinente y oportuna, es así como podría definirse un proyecto de exportación de jugos, concentrados y pulpas/puré de frutas tropicales desde Colombia para los mercados de los países en desarrollo, teniendo en cuenta las perspectivas y oportunidades ofertadas por

los cambios en el gusto del consumidor y la creciente población hispana localizada en Norteamérica y Europa. A continuación se presenta un resumen del consumo de concentrados y purés de frutas tropicales en el mundo y sus principales proveedores <sup>14</sup>

Como cultivo alternativo, la mora Rizaralda se puede cultivar en suelos franco arenoso, laderas con pendientes de 20 por ciento aproximadamente, incluso de mayor pendiente. Ésta es una fruta rica en vitaminas C y A, así como en carbohidratos.

La fruta desde su corte debe ser manejada con mucho cuidado. Bajo condiciones controladas en frigoríficos, ya que como producto perenne tiene una duración de cinco días aproximadamente; Otra forma de comercializar este cultivo es licuándola y envasarla como jugo concentrado. Método importante, puesto que a los productores les interesa porque a diferencia de otras frutas, este producto se da todo el año, una planta de mora en óptimas condiciones puede llegar a tener una vida de 20 años aproximadamente. En cambio el manejo en el cultivo de otras frutas se da durante ciertos periodos al año.

La tecnología de cultivo de tejidos permite un desarrollo más saludable de la planta evitando la introducción de plagas y enfermedades tanto en la planta como en las áreas de cultivos, minimizando los costos de producción.

Según los datos de la investigación, la cantidad de plantas por hectárea recomendada es entre mil cuatrocientas y dos mil quinientas por hectárea y se puede recolectar una cosecha por hectárea al año de 10 a 12 kilogramos y para establecer la plantación se requiere una inversión cercana a los mil quinientos dólares por hectárea, con un costo de mantenimiento de la plantación de 600 dólares.

## **9.4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Para los socios de la Alianza el canal de comercialización que utilizan mas frecuentemente para vender su producción es a través de la OCD representada en un 53.4%, seguida del canal del intermediario en un 44.3%.

Los grupos que comercializan por medio de la OCD presentados en el cuadro 25 son los siguientes:

---

14. Mercados y oportunidades para la Exportación de frutas frescas y pulpas de frutas de Colombia hacia el mundo. Manual del exportador de frutas, Hortalizas y tubérculos en Colombia. [En línea] Santiago de Cali: Comercio exterior hortofrutícola de Colombia 1992-2001, Diciembre 2001. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.cci.org.co>

**Tabla 24. Canales de comercialización**

OCD's	Comercialización - OCD	Comercialización Intermediario
Preaman	<b>87.5%</b>	37.1%
Jardimora	<b>73.3%</b>	60%
Famimora	<b>71.4%</b>	28.6%
Agrimora	<b>66.7%</b>	11.1%
Asofruteros	<b>64.3%</b>	28.6%
Asomora	<b>56.3%</b>	31.3%
Asofrumo	25%	<b>62.5%</b>
Asoprovenus	30.8%	<b>61.5%</b>
Asoagrupec	33.3%	<b>58.3%</b>
Asoflamora	42.9%	<b>57.1%</b>
Acep	40%	<b>60%</b>

Debido a los resultados arrojados se encontró que 6 OCD's que comercializan por medio de la OCD la mejor producción que obtienen de sus cultivos, seguida del canal de los intermediarios para 5 OCD's.

## Medio de Transporte

**Tabla 25. Medio de transporte**

OCD	
<b>Preaman</b>	Chiva
<b>Asomora</b>	-
<b>Agrimora</b>	-
<b>Jardimora</b>	Transporte contratado (Alcaldía)
<b>Asoagrupec</b>	Transporte contratado (Alcaldía)

El Medio de Transporte mas utilizado es e transporte Contratado por medio de la Alcaldía donde Jardimora y Asoagrupec obtienen el apoyo de una entidad gubernamental para transportar la producción para así entregarla a los compradores de Mercado en Fresco e Industria. Para la OCD Preaman el transporte que utilizan es la Chiva.

**INDUSTRIA** Uno de los objetivos fundamentales por el cual se creo la Alianza Agroempresarial de la mora, es prestar asesoría técnica a los Agricultores para que ellos puedan tecnificar sus cultivos que desde sus inicios fueron explotados de una manera tradicional, es gracias a dicha ayuda que los campesinos han logrado mejorar su producción en cuanto a cantidades y calidades exigidas por sus clientes, y así cumplir con los requerimientos de los diferentes demandantes.



La organización de los grupos también ha jugado un papel preponderante, debido a que gracias al sentido de pertenencia asumido por los integrantes, el acopio de la fruta por las OCD's para su posterior comercialización ha permitido que se establezcan contratos y una negociación de manera formal y permanente asegurando la comercialización futura del producto; Así pues, un 65.7% de los productores deciden como ruta de comercialización entregar la mora inicialmente a la OCD que luego llegara a la INDUSTRIA, mientras un 33.3% de ellos prefiere acudir inicialmente a un intermediario para que este sea quien haga llegar la Fruta a la Industria.

Sin embargo, en cada OCD los agricultores eligen la ruta que les conviene mas o la que prefieren dado el momento de la negociación , por ejemplo el 68% de los asociados a ASOMORA prefieren al ruta PRODUCTOR-OCD-INDUSTRIA, al igual que el 81.1% de los pertenecientes a FAMIMORA y el 75% de ASOFLAMORA, el 100% que integran PREAMAN están de acuerdo con esta ruta, ASOFRUTEROS también es una de las OCD que escoge esta opción de comercialización en el 93.3% de los casos; En AGRIMORA también se comercializa primero a través de las OCD y luego se llega a la Industria, así lo demuestran 66.7% de los campesinos que lo prefieren así.

En ASOFRUMO la mora se comercializa en un 81.1% utilizando la ruta PRODUCTOR-INTERMEDIARIO-INDUSTRIA, como lo hacen en ASOPROVENUS con un 60%;

Por su parte los grupos de ASOAGRUPEC y ACEP distribuyen su producción en una proporción de 50% y 50% entre la OCD y el Intermediario como ruta para su comercialización.

En cuanto a ASOPAS en una en un porcentaje de 33.3% respectivamente, los productores utilizan las tres rutas de Comercialización: PRODUCTOR-OCD-INDUSTRIA, PRODUCTOR-INTERMEDIARIO-INDUSTRIA y PRODUCTOR, OCD, INTERMEDIARIO, INDUSTRIA.

**MERCADO FRESCO** Los Agricultores además de vender su producción al sector industrial donde la fruta es utilizada para su transformación, venden Mora a clientes que sirven de intermediarios entre el Productor y el consumidor final sin valor agregado alguno, entre esos intermediarios se destacan almacenes de cadena como “Galería”.

Para llegar a estos Clientes los campesinos prefieren especialmente la ruta de comercialización, PRODUCTOR – INTERMEDIARIO - MAYORISTA-CONSUMIDOR en un 46.5%, le siguen de cerca el 36.4% que prefieren la ruta PRODUCTOR – OCD – INTERMEDIARIO – CONSUMIDOR.

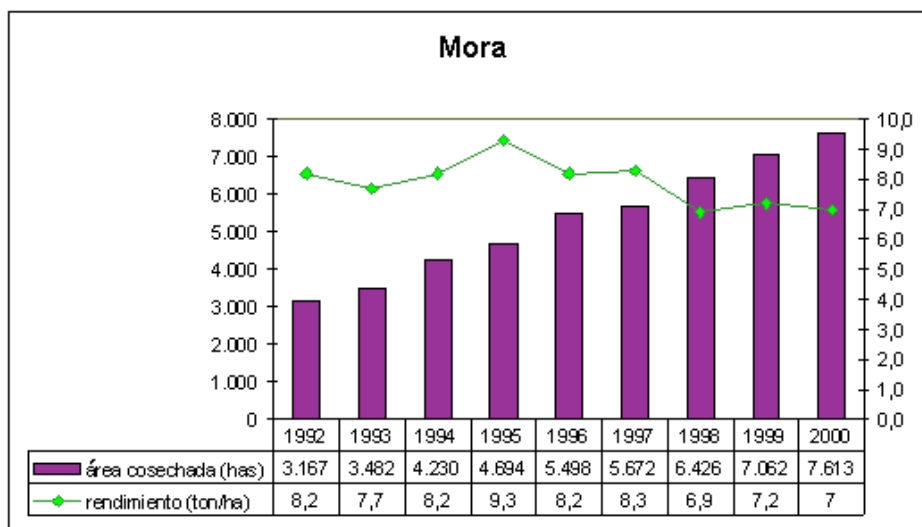
En cuanto a cada OCD, el 58.8% de los productores perteneciente a *Asomora*, el 66.7% de *Asopas*, el 58.3% de *Famimora*, así como el 66.7% de los asociados a *Preaman* y el 40.0% de los campesinos de *Asoflamora*, prefieren comercializar la fruta a través de la ruta PRODUCTOR – OCD – INTERMEDIARIO – CONSUMIDOR.

Por su parte los productores de *Acep*, *Asoprevenus*, *Asofruteros*, *Asoagrupec*, *Jardimora*, *Agrimora*, comercializan al mercado en fresco utilizando la ruta PRODUCTOR – INTERMEDIARIO – MAYORISTA en un 60%, 44.4%, 50%, 66.7%, 70%, 54.5% y 62.5% respectivamente.

## 9.5 TENDENCIAS DE CRECIMIENTO

La producción de mora se encuentra dispersa por 15 departamentos, pero Cundinamarca concentra el 32% del total. Aunque existen 44 variedades de plantas rosáceas entre las que encontramos a la mora, ésta sólo tiene dos variedades cultivadas en Colombia: la mora de Castilla y la mora pajarita. El peso específico de la mora, tanto en el área cosechada frutícola nacional como en la producción, es de 1%. En ambas variables su tasa de crecimiento para el periodo 1992-2000 fue similar: 11% y 12% respectivamente. Su rendimiento promedio fue de 7,1 ton./ha; desde 1998, y esta variable oscila alrededor de los 7 ton./ha, después de haber caído desde 8,3 ton./ha.

**Grafico 25. Área cosechada y rendimientos en la producción de mora en 1992-2000**



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

La demanda de mora para la agroindustria creció considerablemente en el periodo 1992-2000 como lo muestra el grafico 26, por un auge en el consumo de jugo de mora. Sin embargo, persisten dificultades en la producción de la mora, tales como el control de plagas y enfermedades, sobre todo en su especie más común en Colombia —la de Castilla—, y por las pérdidas debidas al bajo nivel de desarrollo en su exigente manejo poscosecha.

La fruticultura será, en los próximos años, el eje de reconversión del sector agroalimentario colombiano, líder por su notable contribución a la creación de empleo e ingresos, a la generación neta de divisas y a la modernización empresarial del sector agrícola, siempre que supere los obstáculos de planeación de la producción con una solución integral de la problemáticas de calidad, transformación tecnológica y control de costos.

## 10. CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo realizar una evaluación socioeconómica en los municipios de: Tulúa, Buga, Trujillo y Ginebra a los agricultores de mora de dichos grupos que componen la “Alianza Agroempresarial de la Mora” para que sirva de línea de base para posteriores investigaciones y de esta manera evaluar el desempeño que han tenido a lo largo de la puesta en marcha del proyecto.

Gracias a la ayuda que ha prestado la Fundación Carvajal junto con las otras entidades del sector público y privado ha contribuido a que los campesinos de los municipios anteriormente mencionados den pasos incipientes para mejorar sus ingresos y que estos a su vez sean estables en el transcurso del año, sin importar las épocas de menor producción o mayor producción.

Con la consolidación y fortalecimiento de asociaciones moreras y con la ayuda que debe prestar el Gobierno en dichos proyectos para que trabajen conjuntamente con las fundaciones y/o ONG’s que generan pequeños alicientes para una sociedad que esta golpeada por orden público, falta de oportunidades en educación y salud, es necesario hacer aportes conjuntos de recursos de investigación para así brindar mejores posibilidades de empleo e ingresos y créditos para los agricultores.

El convenio “Alianza Agroempresarial de la Mora” crea oportunidades de empleo con énfasis en pequeños productores, asociaciones de productores y trabajadores rurales con el objetivo de trabajar simultáneamente con el Sector Industrial y otras empresas del sector privado (Supermercados Galería y Mercados Campesinos) para la respectiva comercialización del producto con el fin de que estos agricultores posean clientes estables y no tengan la incertidumbre de saber a quien van a vender la fruta.

El norte del Departamento del Valle del Cauca, en Colombia, está posicionado como el primer productor de frutas a nivel nacional. El crecimiento de esta actividad en la región va encaminado a suplir la demanda especialmente por cuestiones, para mantener el peso ideal y solucionar problemas digestivos, como gastritis y dolencias del colon. Además, este mercado presenta múltiples opciones industriales, como la comercialización de pulpa y como materia prima en la elaboración de jugos.

Es necesario la conformación de asociaciones moreras que propendan el desarrollo tecnológico y aumento de la producción de la fruta debido a que dicho producto sigue siendo escaso durante la mayor parte del año y la contribución a estas asociaciones logrará en un futuro que el Valle del Cauca no necesita traer fruta de otros departamentos si no por el contrario abastecerse con lo que produce.

El que la “Alianza Agroempresarial de la Mora” brinde capacitaciones de tipo: Social, Organizacional, Técnico y Comercial ha favorecido a que los socios de las diferentes OCD’s vean esta alianza como un mecanismo para salir adelante, brindarles mayores y mejores oportunidades a su familia, alcancen un mejor desarrollo personal puesto que, la mayoría de estos integrantes son personas que poseen un nivel muy mínimo de educación y ante todo lo que busca dicho proyecto es capacitar a los campesinos sin importar la edad.

Las diferentes OCD’s posee una ventaja meritoria debido a que sus integrantes son personas que poseen una alta tradición agrícola y todas sus actividades están encaminadas a labores que se realizan en el campo, además dichas capacitaciones que ofrece la alianza están encaminadas a un mejor manejo del uso potencial del suelo junto con una mejor organización de los agricultores (pequeños y medianos) para una mejor producción y comercialización de mora.

De acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas podemos concluir que ASOFAMORA brinda los beneficios necesarios para que sea un grupo atractivo en comparación con los demás grupos (Junta de Acción Comunal, Asociación de Padres de Familia, Junta del Acueducto etc.) que existen en dichos municipios y este grupo a su vez es una opción que posee la Zona Rural para la reactivación del campo y lograr que cada día disminuya las emigraciones a las ciudades.

Los agricultores de mora han alcanzado grandes ventajas con la colaboración de las entidades que apoyan el proyecto; sin embargo es necesario que esta ayuda o cooperación se extienda por un tiempo más prolongado para que de esta manera se perfeccionen y se establezcan los mecanismos que hoy están utilizando dichos campesinos para una mejor producción de mora, ya que si esta ayuda se terminará en estos momentos los socios de las OCD’s quedarían todavía sin los instrumentos y conocimientos necesarios para salir adelante por ellos mismos; puesto que el avance de ellos son pasos que se deben hacer concienzudamente consiguiendo que el proyecto alcance todos los objetivos que se habían propuesto con el ánimo de fomentar el desarrollo tecnológico para la producción de mora para que de esta manera el Valle del Cauca sea más competitivo.

El lograr que los socios de la alianza alcancen un alto nivel de pertenencia conseguirá que estos grupos posean una continuidad debido a que son familias muy numerosas y la población es relativamente joven contribuyendo a que sea una asociación fuerte en el Valle del Cauca y le genere sostenimiento al campo.

Debido a todos los problemas (Salud, Vías de Acceso, Vivienda, Comunicación, Económicos, Educación, Recreación, Orden Público y Servicios Públicos) que afrontan los campesinos ellos ven en la asociación como una opción para la solución de dichos problemas con posibles mecanismos como: Gestión ante instituciones, Integraciones y Elaboración de nuevos proyectos que estén directamente dirigidos hacia ellos mismos.

Desde una óptica social, el cultivo de las frutas ( entre ellas la mora) es de gran importancia por su capacidad de generación de empleos, superando los índices presentados por cultivos como la caña, la soya, el maíz, el sorgo o el algodón, que han ido perdiendo producción y áreas cultivadas debido a la caída de los precios internacionales, la competencia de productores mas competitivos

El éxito del cultivo de la mora se inicia con la adecuada preparación del suelo y con una buena selección del material que se vaya a sembrar.

Para establecer cultivos comerciales de mora lo ideal es la propagación asexual (propagación por semilla o por material vegetal, aprovechando partes de la planta como raíces y tallos, estos métodos son los acodos, cepas y las estacas).

Los socios de la alianza, utilizan como sistema para la propagación la semilla con el fin de aprovechar sus mejores características, como son: producción, sanidad, tamaño y calidad de fruta (ESTACA). **Las estacas** deben proceder de plantas que tengan un buen desarrollo y estén libres de enfermedades

La forma mas adecuada de acodo es **el acodo de punta o Terminal**. Debido a que engendrará una planta idéntica a la mata de donde se saque la Estaca o el Acodo, además no permite el transporte de problemas de suelo o raíz.

Los métodos de propagaciones menos recomendados por los técnicos son CEPA Y PLANTA SILVESTRE pues con este tipo de semillas se correría el riesgo de propagación de enfermedades.

La propagación sexual no se utiliza, principalmente ya que su germinación y desarrollo es lento y los frutos con poca semilla viable (auto incompatibilidad o polen no viable).

A la hora de la recolección se recomienda realizar entre dos y tres pases por semana para obtener frutos con adecuada maduración, hacerla en las primeras horas del día, recolectar frutos de consistencia dura, firmes, de color vino tinto, sanas, enteras y con pedúnculo (rama), tener en cuenta la higiene del recolector, la fruta se debe recoger en recipientes no muy profundos para evitar el sobrepeso en las primeras capas y preferiblemente en el mismo recipiente en que se va a transportar para evitar excesivo manipuleo.

La mora se desarrolla mejor en suelos franco arcillosos, de modo que permita una adecuada reserva de agua y el exceso sea evacuado fácilmente, se debe mantener una relación calcio, magnesio, (2:1:1) ya que junto con el Boro son responsables de una mayor o menor resistencia a las enfermedades.

LA SIEMBRA DIRECTA, es el método mas utilizado por los agricultores de la alianza especialmente en los lotes de mayor antigüedad, además es también el método más enseñado en la asesoría técnica dado que la mayoría de los lotes en la alianza son antiguos.

El método de ENCHUSPADO es el más reciente, por lo tanto se utiliza en lotes jóvenes que acaban de iniciar su producción.

Después de preparado el terreno para la siembra, el trazado se puede hacer de cuadro, de triangulo o de pendiente según sea el terreno, donde la distancia de siembra ideal es de 2 metros entre plantas y de 2.5 metros entre surcos.

La preparación ideal del hoyo para la siembra es haciendo una combinación de materia orgánica, cal dolomita y fosforita Huila, esta combinación libera nutrientes del suelo aportándolos al desarrollo de la planta, permite el desarrollo de raíces, nivela acidez y libera nutrientes, de esta manera, aquellos agricultores que solo utilicen uno o dos de estos ingredientes estarán retrasando el desarrollo eficiente de la planta.

Las OCD Famimora y Agrimora, son las que mezclan los tres ingredientes recomendados en la preparación del hoyo, los demás utilizan uno o dos o ninguno, ante lo cual se recomienda tomar medidas de control, de supervisión y educación para corregir este mal comportamiento del campesino.

Lo ideal en el manejo del cultivo es el sistema de tutorado de “Doble T” o “T sencilla”; dado que este método permite la entrada adecuada de luz a la planta, además facilita la poda y la colección del fruto, por otro lado, el método llamado “Espaldera” es muy común entre los cultivadores, los cuales lo eligen según la

inclinación del terreno o por tradición; lo correcto es que el Tutorado que se utilice , permita que la mata este abierta y en forma cónica, que es la postura ideal para un eficiente crecimiento de la mata y de los frutos, aprovechando al máximo las ventajas del clima. Si no se tutora no es posible hacer manejo adecuado, el abono necesario, la limpieza, y el control de matas, etc.

Los métodos “T SENCILLA” y “ESPALDERA DOBLE” son los sistemas menos utilizados por los agricultores de la alianza puesto que solo el 7.2% y 5.8% respectivamente de ellos los utilizan.

El sistema de tutorado menos eficiente es el chiquero, el cual es utilizado en los lotes más antiguos, dado que es la practica mas tradicional.

La poda es él la práctica más importante y necesaria del cultivo de la mora por que: Prepara la planta para su vida productiva, favorece la aireación de la planta, facilitan las labores de cosecha, desyerba, fertilización, aspersión de productos, y desplazamiento de los operarios además permiten cosechas mas largas y abundantes

El 32.6% realiza “la Poda de Producción” la cual se realiza cuando la mata ya en etapa productiva, esto implica que la mayoría de las matas de la alianza se encuentran en dicha edad. Seguida por la “Poda Sanitaria” con un 32.2% de los cultivadores, indicando los cultivadores están adoptando medidas de cuidado para proteger la salud de los cultivos a través de esta técnica. Sigue la “Poda de Formación” utilizada por el 22.6% de los asociados este es un tipo de poda que proporciona la forma adecuada a la mata, y se lleva a cabo a los tres meses, por lo tanto se observa que una poca proporción de las matas de alianza están en sus primeros meses de crecimiento y todavía no producen, sin embargo están desarrollándose con una buena forma, lo cual es bueno por que tendrán el desarrollo adecuado, es así que los grupos que realizan este tipo de poda (Asomora, Asoflomora, Asofrumo y Asoagropec) son OCD`s con socios de reciente ingreso a la alianza por lo tanto con nuevos lotes.

En cuanto a plagas y enfermedades, es más común en las fincas asociadas que se presenten con mayor proporción los **HONGOS** (enfermedades); y con menos frecuencia se presenta la aparición de **INSECTOS**.

Las enfermedades más comunes son: la Antracnosis, la Botritis, el Mildeo Velloso, el Oidium o Crespeta, la Roya y las Pudriciones de la raíz; Destacándose en los cultivos que pertenecen a la alianza las siguientes: Crespeta, Tuna negra y Botritis.



En la alianza el 73.1% de los cultivos enfrenta problemas de CRESPERA (Oidium) seguido por la TUNA NEGRA con un 56.9%, mientras BOTRITIS y PICUDO afectan 43.8% y 34.6% de los cultivos respectivamente.

Entre los controles el que más se utiliza es el de tipo **Químico** implementado por el 41.8% de los afectados, seguido de la **Poda** usada por el 14.8% de los Agricultores; sin embargo el 16.6% de los damnificados por las enfermedades no llevan ningún tipo de control, lo que resulta una conducta peligrosa tanto para el futuro del cultivo como para los cultivos vecinos.

Existe un arraigo entre los agricultores por la utilización de sustancias químicas para el control de plagas y enfermedades, dejando de lado otras alternativas como La Poda, el Control Mecánico, etc. Esto debido a que su tradición cultural les ha enseñado que emplear un producto Químico que acabe de inmediato con el problema es la mejor solución para combatirlo, además los Cultivadores tampoco tiene en cuenta la prevención de la planta desde su nacimiento a través de todos los mecanismos de tecnificación, abono y demás.

El producto Químico que en general mas utilizan los sembradores es el AMBIL, en el 25.2% de los casos, seguido del DEROXAN con un 5.7% de uso, y el PARADAN con 4.8% de preferencia. Para la Botritis se recomienda los productos basados en cobre como Euparen, Orthocide y control 500; Para la Crespera se recomiendan productos a base de azufre como Elosal, Kumulus, y Top-sul, entre otros.

El uso de control Químico debe ser la última acción que se tome y no la primera. Si bien su efecto es muy notorio, su utilización debe ser formulada por personal calificado y buscando siempre los productos menos peligrosos y de menos toxicidad a los humanos. Lo ideal como medida para enfrentar las enfermedades de la planta es el **control preventivo** (mantener el material sano).

En lo referente a la problemática para un cultivo exitoso se encontró: que el problema mas común entre el 77.4% de los agricultores es la presencia de *plagas y enfermedades* en el cultivo, mientras los cambios de *clima* resulta riesgoso para el campesino por lo que se convierte en el segundo problema con un 59.9% de los casos especialmente en Jardimora y Agrimora; el 24.8% de los agricultores opina que la *falencias en el manejo técnico* es otro problema que amenaza la producción debido en parte al arraigo cultural, especialmente es Asomora y Asoprovenus; y solo el 22.6% considera que *las vías de acceso* son una contrariedad en este proyecto.

Las vías de acceso también son un gran limitante para la comercialización de mora, dado que hasta las fincas es imposible la llegada de automóviles, es decir solo se llega en bestia o a pie por rutas que han sido construidas con

apoyo de las entidades (como la fundación Smurfit), a demás las carreteras principales que conducen a las veredas están en aunque están en mejores condiciones no llegan hasta las fincas y solo transitan vehículos de trocha (wilyls).

Solo un pequeño porcentaje (4.4%) del total de los agricultores de la alianza considera el problema del *Orden Publico* como inconveniente, sentimiento presentado básicamente en los grupos de Asomora con el 5.3%, Famimora 7.1%, Preaman 12.5%, Asofrumo 6.3% y Asoagropec 15.4%, el hecho de que los campesinos lo manifiesten en muy poca proporción revela dos posibles alternativas, primero que ya aprendieron a convivir con este gran problema rural o simplemente temen mencionarlo.

Los meses de mayor producción de mora son Agosto y Septiembre, época en la que se presenta el clima adecuado para la cosecha y recolección es decir el verano Sin embargo cabe precisar que por recientes fenómenos climáticos estos veranos corren de una vereda a otra y es por ello que en algunas OCD's mencionan a los meses de Marzo y Abril.

Los meses de menor producción son según El 66.1% de los socios de Diciembre, debido a las frecuentes lluvias que se presentan a lo largo de este mes, seguido por Noviembre en un 40.5% y finalmente Enero en un 37.2%.

Tener en cuenta que la fertilización y la preparación del suelo es fundamental para los resultados, por lo tanto la planta de mora requiere una correcta nutrición, la cual debe estar basada en el análisis de suelos de la finca, en las plantas adultas, las aplicaciones de fertilizantes en plantas adultas se deben hacer cuando el suelo tenga buena humedad, antes y después de la cosecha principal y de mitaca, esto da como resultado cuatro aplicaciones de fertilizantes. Es muy importante utilizar Nitrógeno, Potasio y fósforo, acompañada de materia orgánica (gallinaza).

A nivel internacional, la Mora es comercializada como fruta en fresco y como materia prima para uso industrial; solo el 90% de la producción de la fruta y el 10% restante consumida como fruta de mesa.

En Europa, España es el principal proveedor de la Mora, debido a que su ubicación geográfica, le permite ofrecer un producto en fresco que se consume en su estado natural, a pesar de que su principal destino es el industrial puesto que la calidad que ofrecen a precios competitivos frente a la proveniente de Latinoamérica.

En América Latina, el principal productor de esta fruta es Guatemala y Chile, quienes se destacaron como proveedores mundiales en el año 2000.

El comercio entre los países de fruta en fresco o procesada depende exclusivamente de los estándares en calidades exigidas a nivel local según el país a negociar.

A nivel Nacional, el departamento de Cundinamarca provee más de la tercera parte de la fruta, seguido por los departamentos de Santander y Antioquia.

Proyectos ejecutados a nivel departamental como la “Alianza Agroempresarial de la Mora” intensifican la competencia entre los territorios productores o pueden considerarse como oportunidades de consolidar a Colombia como un país capaz de autoabastecerse y ofrecer esta fruta en otros países.

Dada las oportunidades de mercado, a nivel local, el valle del Cauca presenta óptimas condiciones, ecológicas para el establecimiento de cultivos y su posterior comercialización.

Al igual que en el comercio internacional, el mercado local de la comercialización de la mora, a nivel de procesamiento obtiene el mayor porcentaje de participación que para su comercialización en fresco.

La conformación de las Organizaciones comunitarias para el desarrollo (OCD) permite además de otras cosas, una disminución en los costos de comercialización de la Mora.

Para la Alianza existen varios tipos de competencia, entre ellos podemos encontrar:

La disputa con el mercado frutícola, en el que las frutas son comercializadas en fresco o para el procesamiento de jugos,

El mercado de la industria de Refrescos, en el que podemos encontrar productos sustitutos para los refrescos que fabrica “Productora de Jugos S. A.”

La existencia de otras alianzas u organizaciones en otros departamentos de Colombia como en el caso de una Alianza en Cundinamarca, otra en Santander y otra en Antioquia.

Las investigaciones adelantadas en Nicaragua, por la Universidad Nacional Agraria (UNA) en conjunto con la Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario y Forestal de Nicaragua (Funica) y la Universidad Tecnológica de Pereira de Colombia, que vienen desarrollando una variedad de mora que

posee ciertas ventajas en cuanto a la recolección, lo que facilita la productividad de la fruta.

La tendencia de la comercialización a nivel local (Alianza) a eliminar la comercialización a través de intermediarios quienes obtenían los mayores márgenes de utilidades al llevar el producto al comprador final, los porcentajes de comercialización a través de la organización han aumentado.

Dada las oportunidades de mercado y la creciente demanda de la fruta para el uso industrial, el área cosechada a nivel nacional ha venido en crecimiento desde el año 1992, constituyéndose una alternativa para la erradicación de cultivos ilícitos y la diversificación del área sembrada para el cultivo de productos tradicionales demandados a escala internacional.

Según el Centro Frutícola Andino, con sede en la Universidad del Valle, a pesar de las buenas perspectivas, en la región no hay una suficiente capacidad de abastecimiento en la demanda industrial. Esta situación se relaciona, por una parte, con el sistema de comercialización y, por otro lado, con problemas de producción. La poca capacidad de abastecimiento industrial que presenta el cultivo de las frutas se debe principalmente a la baja calidad de las semillas utilizadas en las siembras, afectadas por virus y bacterias.

## **11. RECOMENDACIONES**

Tomando como base los datos anteriormente mencionados, que son los resultados de la investigación realizada entre junio y septiembre de 2004 en los municipios de Tulúa, Buga, Trujillo y Ginebra (Valle) y apoyándonos en las conclusiones, se recomienda, el siguiente plan Estratégico a través de algunas propuestas para el buen funcionamiento y continuidad exitosa del proyecto y los que de este se deriven en el valle y el país:

Vincular mas entidades gubernamentales en el proceso que se viene adelantando en el valle del cauca, que se encarguen de incrementar las ayudas económicas sin mayores trabas ni dificultades en busca de un desarrollo mas eficiente del cultivo, es decir que una mayor proporción de recursos servirá para superar los problemas que hasta ahora persisten y los que se han originado sobre la marcha, como son el mal estado de las vías, la falta de educación , medios de comunicación y acceso a electrodomésticos , servicios públicos y elementos de tecnología que permitan aplicar la tecnificación del cultivo aprendida durante las asesorías. Facilitar la obtención de créditos blandos teniendo en consideración la precaria situación económica y la liquidez de los solicitantes.

Asociar los proyecto que en el momento se encuentran en marcha en materia de cultivo de mora a nivel nacional a cargo del ministerio de agricultura, de tal manera que la experiencia y adelantos que se logren en unos se apliquen en los demás, uniendo las regiones y evitando una competencia en donde pierde el mas débil, si no generando apoyo que abra mercado para todos de acuerdo con sus posibilidades. En miras de la constitución futura de una FEDERACION de moreros que solidifique el gremio y lo haga crecer.

Incluir dentro de la asesoría, capacitación en materia de transformación del producto, de tal manera que se le pueda dar a la fruta un valor agregado que la haga más atractiva en los mercados locales y no locales por ejemplo yogurt, mermelada, pulpa de fruta etc. Además incluir dentro de los contratos la garantía de compra de estos productos transformados por parte de los supermercados. Lo que permite buscar mas clientes potenciales nivel nacional y así ampliar las ventas del producto y las ganancias del productor, quien a las ves genera mayor empleo en la vereda e incluye a mas miembros de la familia en el proceso.

Solicitar en los contratos con el sector industrial mejores condiciones que incluyan una mayor garantía de compra de la fruta en épocas de mayor producción y que además facilite tanto el transporte como la conservación de las mismas.

Brindar mejores Asesorías en cuanto al manejo de la contabilidad y los registros, de una manera sencilla y fácil de manejar por los mismos agricultores, dado que hasta el momento son pocos los que lo hace y son algo desordenados.

Incluir en el proyecto organismos internacionales a través de propuestas bien fundamentadas que hagan atractiva la labor de la alianza y se logre mayor apoyo económico y logístico, para tecnificar mas la producción.

Utilizar tutores vivos (árboles de otros frutos) en la etapa de producción de la fruta para que de esa manera se obtenga mayor variedad a la producción de la finca.

Subsidiar a los campesinos a través de entrega de insumo para el control de las enfermedades, como es el caso de el hongo entomopatógeno *Paecilomyces fumosoroseus* (sirve para atacar enfermedades como la perla que es una de las mas comunes) está disponible comercialmente en el mercado regional - El producto es eficiente en el control siempre que vaya acompañado de prácticas culturales - Con capacitación agricultores podrían producirlo y ofrecerlo localmente.

Estimular a los campesinos para que continúen sacando adelante sus cultivos después de terminado el proyecto de la alianza, es decir darle continuidad al proyecto para que el tiempo y esfuerzo invertido hasta el momento no se pierda. Esto se puede lograr haciendo un seguimiento permanente a los agricultores.

Los terrenos aptos para el cultivo de mora en el valle del el cauca son muchos dado que el área montañosa del valle del cuca es la mas grande de el departamento, tierras en donde se presenta el clima adecuado para el cultivo, y Sin embargo no todos se aprovechan, ante lo cual se recomienda vincular a la alianza u a otro tipo de alianzas mas municipios y veredas( como es el caso de Darien) que en la actualidad no ven en la mora una fuente de ingreso, dado que esta fruta tiene una gran demanda nacional dirigida al sector industrial que todavía falta por abastecer.

Hacer más seguimiento a la postcosecha del producto por parte de entidades públicas y privadas (CENCOA Y UMATAs).

Dado que una de las causa de la baja productividad de la mora es la mala selección de las semillas se recomienda insistir en la implementación de practicas higiénicas y de selección de las estacas para evitar el transporte de enfermedades o la escogencia de una semilla de baja calidad proveniente de una mata enferma.

Evaluar la factibilidad de la implementación de la técnica de **micro propagación** la cual es busca reproducir los factores que se dan en el campo a través de la clonación, esta permite que las plantas manejen su misma información genética y se conserve el material vegetal. Con respecto a la mora, los investigadores

manifiestan que se cuenta con material vigoroso y con buen comportamiento, bajo óptimas condiciones agro climáticas, el cual puede favorecer la producción de esta fruta y satisfacer su creciente demanda en el mercado. <sup>(9)</sup>

Hacer estudios periódicos del mercado puesto que por una parte no debe producirse más de lo que demanda la industria y, por otra, es indispensable organizar el mercado de las frutas. Precisamente este desorden es el que ha desestimulado la producción porque los precios pagados al productor son muy diferentes de los precios que pagan los consumidores.

---

(9) NOTA ACLARATORIA: Según la ingeniera Agrónoma, egresada de la Universidad Nacional de Colombia, sede Palmira, María Claudia Peláez, Directora del Centro Frutícola Andino

## BIBLIOGRAFIA

ANTÍA, Germán Alonso y TORRES, Juan Fernando. Manejo Postcosecha y comercialización de Mora Convenio SENA – Reino Unido. Santiago de Cali, 2002. 71p.

Convenio Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y Corporación Colombia Internacional, Mercado internacional de productos agrícolas, [en línea] Santiago de Cali: Ministerio de Agricultura, Septiembre 1999. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercoecolint.htm>.

GARCÍA POLES, Oscar. Estudio del mercado de la mora de castilla (*Rubus glaucus*) en los municipios de Cali y Palmira. Santiago de Cali, 2003. 147 p. Tesis (Ingeniero Agro Industrial) Universidad San Buenaventura. Facultad de Ingeniería Agro Industrial.

ECHEVERRI, Francia Elena. Posibilidades Agroindustriales para la explotación de la mora en Trujillo-Valle”. Santiago de Cali, 1992. 252 p. Tesis (Economista) Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas.

MACAHADO C, Absalon, Apertura Económica y Economía campesina. Colombia: Siglo XXI editores de Colombia SA, 1991, 235 p.

MÉNDEZ CAJIAO, Alexander. Situación del sector agrícola en el Valle del Cauca el caso de las frutas: Aguacate, Papaya, Uva, Maracuyá, Mora, Naranja, entre otros 1990 – 2000. Santiago de Cali, 2003. 103p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.



Mercados y oportunidades para la Exportación de frutas frescas y pulpas de frutas de Colombia hacia el mundo. Manual del exportador de frutas, Hortalizas y tubérculos en Colombia. [En línea] Santiago de Cali: Comercio exterior hortofrutícola de Colombia 1992-2001, Diciembre 2001. [Consultado] 20, Abril, 2005. Disponible en Internet: <http://www.cci.org.co>

RODRÍGUEZ BENAVIDES, Antonio. Comercialización de la mora entre los municipios de Trujillo y Santiago de Cali en el departamento del Valle del Cauca. Santiago de Cali, 1998. 265 p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

MÉNDEZ CAJIAO, Alexander. Situación del sector agrícola en el Valle del Cauca el caso de las frutas: Aguacate, Papaya, Uva, Maracuyá, Mora, Naranja, entre otros 1990 – 2000. Santiago de Cali, 2003. 103 p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

PEREA, Farid Diego. Estrategias para la comercialización en la ciudad de Cali de pulpa de mora castilla de la empresa comunitaria ECOHFRUT. Santiago de Cali, 2001. 185 p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

RODRÍGUEZ BENAVIDES, Antonio. Comercialización de la mora entre los municipios de Trujillo y Santiago de Cali en el departamento del Valle del Cauca. Santiago de Cali, 1998. 265 p. Tesis (Economista) Universidad del Valle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

## ANEXOS

**CUESTIONARIO N°: 1** Encuesta Aplicada ha los Socios de la Alianza Agroempresarial de la Mora.

Cuestionario N° \_\_\_\_

### ESTUDIO PARA DETERMINAR LINEA DE BASE DE ALIANZA POR LA MORA 2004

**OBJETIVO:** Diagnosticar el nivel de crecimiento y desarrollo socioeconómico del sector de la mora en los municipios de Guacarí, El Cerrito, Trujillo, Tulúa, Ginebra y Buga e identificar el impacto generado en los últimos dos años sobre este sector por el proyecto "Alianza Agroempresarial por la mora" conformado por La Fundación Carvajal, La Federación Nacional de cafeteros, Cencoa, Sena, Corpoica Regional 9 y la fundación Smurfitt Cartón de Colombia.

**G.1 OCD** \_\_\_\_\_

#### **G.2 DATOS DE CONTROL**

Fecha \_\_\_\_\_

Nombre del asociado (a) \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Cedula de ciudadanía \_\_\_\_\_

#### **IDENTIFICACIÓN DE LA FINCA**

Nombre de la finca \_\_\_\_\_

Vereda \_\_\_\_\_

Distancia al centro de acopio o al centro poblado (Tiempo) \_\_\_\_\_

Vía de acceso a la finca \_\_\_\_\_

¿Cuántos años lleva usted en la región? \_\_\_\_\_

Procedencia del agricultor \_\_\_\_\_

#### **G.3 COMPONENTE SOCIAL**

**p1.** ¿Cual es el tipo de tenencia de la Finca?

	p.1
Propietario	1
Incorado	2
Arrendatario	3
Aparcero	4
Otro: ¿Cuál?	( )

**p2.** ¿Cuales son las condiciones físicas e higiénicas de la vivienda?

ELEMENTO MATERIAL	p.2.1 PAREDES	p.2.2 PISO	p.2.3 TECHO
1. LADRILLO			
2. BAHAREQUE			
3. MADERA			
4. ESTERILLA			
5. MOSAICO			

6. CEMENTO			
7. TIERRA			
8. TEJA DE BARRO			
9. TEJA DE ZINC			
10. TEJA DE CARTON			
11. OTRO			

### **ASPECTO FAMILIAR**

#### **p3. COMPOSICIÓN FAMILIAR**

PARENTESCO	EDAD	SEXO	NIVEL ESCOLAR	OCUPACION	PARTICIPA CULTIVO MORA		SALUD		
					SI	NO	NINGUNO	REGIMEN SUBSIDIADO	REGIMEN CONTRIBUTIVO

### **ASPECTO SOCIOECONÓMICO**

#### **p4. ¿Cuales son las fuentes de su ingreso?**

	p.4	Valor en pesos	Frecuencia
Producción de la mora	1		
Jornales fuera de la finca	2		
Otros cultivos o actividad ¿Cuál?	3		

### **ASPECTO ORGANIZACIONAL**

#### **p5. ¿Participa en alguna organización o grupo comunitario?**

	p.5
Ninguno	1
Junta de acción comunal	2
Asociación de padres de familia	3
Otros: ¿Cuál?	( )

#### **p6. ¿Que papel desempeña en esos grupos?**

##### **p.6.1 ¿Que papel desempeña dentro de la OCD?**

	p.6	p.6.1
Organiza	1	1
Asistente	2	2
Observa	3	3
Aporta recursos	4	4
Aporta ideas	5	5

**ASOCIACION****p7.** ¿Tiempo de pertenencia a la OCD? \_\_\_\_\_**p8.** ¿Qué lo motivo a vincularse a la OCD?

	p.8	Cumplió sus expectativas	
		Si	No
Asesoría técnica y capacitación	1		
Créditos	2		
Desarrollo personal	3		
Incremento de ingresos	4		
Comercialización	5		
Otros: ¿Cuál?	( )		

**p9.** ¿Qué expectativas tiene con la OCD a futuro?

---



---



---

**p10.** ¿Cómo se toman las decisiones al interior de la OCD?

	p.10
Los asesores deciden	1
La mayoría decide (democracia)	2
Unos pocos deciden	3

**p11.** ¿Cuáles son los principales problemas en la vereda?

	p.11
Salud	1
Educación	2
Recreación	3
Vivienda	4
Orden publico	5
Vías de acceso	6
Vecinales	7
Económicos	8
Vías de comunicación	9
Otros: ¿Cuál?	( )

**p12.** ¿Cómo la OCD puede aportar a la solución de estos problemas?

---



---



---

**p13.** ¿Cuáles considera usted son las principales dificultades que afectan el funcionamiento de la OCD?

	p.13
Comunicación	1
Liderazgo	2
Toma de decisiones	3
Resolución de conflictos	4
Cumplimientos de compromisos	5
Otros: ¿Cuáles?	( )

**ASOFAMORA****p14.** ¿Qué beneficios recibe por pertenecer a ASOFAMORA?

---



---



---

**p15.** ¿Qué beneficios le gustaría recibir de ASOFAMORA?

---



---



---



---

#### **G.4 COMPONENTE TÉCNICO**

**p16.** ¿Es usted cultivador de Mora?

a. SI \_\_\_\_\_ b. NO \_\_\_\_\_  
Por

qué? \_\_\_\_\_

**p17.** ¿Cómo esta distribuido su cultivo de mora?

LOTE	EDAD	DISTANCIA DE SIEMBRA	NÚMERO PLANTAS	TRAZADO SI NO	TECNIFICADO	TRADICIONAL	VOLUMEN PRODUCIDO

**p18.** ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

---

**p19.** ¿Cuánto produce semanalmente en los meses de mayor producción?

---

**p20.** ¿Cuáles son los meses de menor producción?

---

**p21.** ¿Cuánto produce semanalmente en los meses de menor producción?

---

**p22.** ¿Cuáles son los principales problemas del cultivo de la mora?

	p.22
Técnico	1
Climático	3
Vías de Acceso	4
Orden Público	5
Comercialización	6
Crédito	7
Organizacional	8
Frecuencia del transporte	9
Plagas	10
Otros: ¿Cuál?	( )

#### **ESTABLECIMIENTO DE CULTIVO**

##### **SEMILLA**

**p23.** ¿Que tipo de Semilla utiliza?

	p.23	Procedencia
Estaca	1	
Acodo	2	
Rienda	3	

Planta silvestre	4	
Cepa	5	
Otro ¿Cuál?	( )	

### SIEMBRA

**p24.** ¿Cual es el método de siembra que utiliza?

	p.24
Directa	1
Enchuspado	2
Pregerminada	3
Otro: ¿Cuál?	( )

**p25.** ¿Como prepara el hoyo para la siembra?

	p.25
Ninguna	1
Materia orgánica	2
Fosforita huila	3
Cal Dolomita	4
Otros: ¿Cuál?	( )

### TUTORADO

**p26.** ¿Que sistema de Tutorado Utiliza?

	p.26
Ninguna	1
Chiquero	2
Espaldera Sencilla	3
Espaldera Doble	4
T sencilla	5
Doble T	6
Otros: ¿Cuál?	( )

### PODA

**p27.** ¿Que tipo de podas hace?

	p.27	<b>FRECUENCIA</b>
Ninguna	1	
Formación	2	
Sanitaria	3	
Producción	4	
Renovación	5	
Otras: ¿Cuál?	( )	

### FERTILIZACION AL SUELO

**p28.** ¿Usted utiliza análisis de suelos?

a. SI \_\_\_\_\_ b. No \_\_\_\_\_

**p29.** ¿Con que fertiliza?

	p.29	Nombre del fertilizante	Dosis / planta (gr.)	Frecuencia
Ninguna	1			
Fertilizante orgánico	2.a			
	2.b			
	2.c			
Fertilizante química	3.a			

	3.b			
	3.c			

**p30. CONTROL DE MALEZAS**

TIPO DE CONTROL	Herramientas	p.30	Frecuencia
Mecánico	Machete	1	
	Azadón	2	
	Guadaña	3	
Químico	Cuál?	( )	

**p31. ¿Qué tipo de plateo realiza?**

	p.31	Frecuencia
Manual	1	
Herramienta	2	

**p32. ¿Establece cobertura noble?**

a. SI \_\_\_\_\_ b. No \_\_\_\_\_

**FITOSANITARIO. (MANEJO DE PLAGAS Y ENFERMEDADES)**

**p33. ¿Cuáles son las enfermedades y plagas que mas atacan al cultivo y como las controla?**

	p.38	Tipo de Control	Producto utilizado	Frecuencia de control
Botritis	1			
Tuna negra	2			
Crespera (Oidium)	3			
Peronóspora (mildeo belloso)	4			
Picudo	5			
Pasador de tallo	6			
Perla	7			
Comedores de follaje	8			
Mosca de la fruta	9			
Otros: ¿Cuál?	( )			

**MATERIAL ENFERMO**

**p34. Que Hace usted con los Residuos de poda enfermo?**

	p.34
Lo deja en el lote	1
Lo quema	2
Lo saca	3
Lo aprovecha para compostaje	4
Otra: ¿Cuál?	( )

**COSECHA Y POST COSECHA**

**p35. ¿Cada cuanto cosecha?**

	p.35
--	------

Una vez por semana	1
Dos veces por semana	2
Cada dos semanas	3
Otro: ¿Cuál?	( )

**p36. EMPAQUE**

Tipo	p.36	Capacidad
Canastilla plástica	1	
Caja de madera	2	
Tarro plástico	3	
Otro: ¿Cuál?	( )	

**p37. Que medio de transporte utiliza desde la finca al centro de venta en la vereda?**

Medio de Transporte (al punto de acopio)	p.37
Al hombro	1
A caballo	2
En carro	3
Otro: ¿Cuál?	( )

**POSCOSECHA**

**p38. ¿Donde realiza la selección de la fruta?**

	p.38
Ninguna	1
Directamente en el lote	2
Centro de acopio	3
Otro: ¿Cuál?	( )

**p39. ¿Realiza alguna práctica higiénica para la manipulación del producto?**

	p.39
Ninguna	1
Lavar empaques (cajas)	2
Usa guantes	3
Usa gorro y tapabocas	4
Otro: ¿Cuál?	( )

**COSTOS DE PRODUCCION**

**p40. ¿Lleva usted alguna clase de registro?**

	p.40
Ninguno	1
De producción	2
De insumos	3
Mano de obra	4
De labores	5
Otro: Cual	( )

**AGROINDUATRIA**

**p41. ¿Realiza transformación del producto?**

Producto	p.41	Frecuencia	¿Donde lo vende?
Ninguna	1		
Pulpa	2		
Mermelada	3		



Yogurt	5		
Vino	6		
Otro: ¿Cuál?	( )		

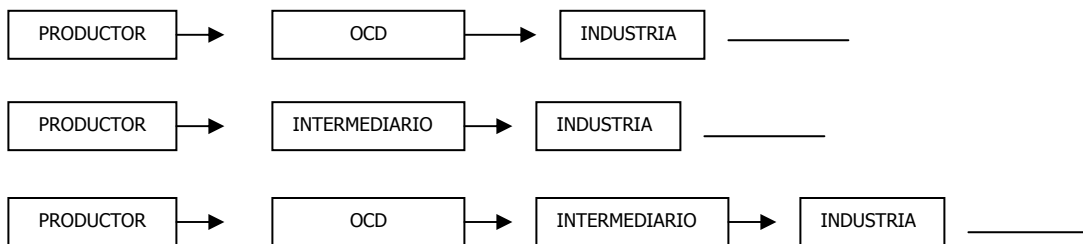
## G.5 COMPONENTE COMERCIAL

**p42.** ¿A quién vende su producción?

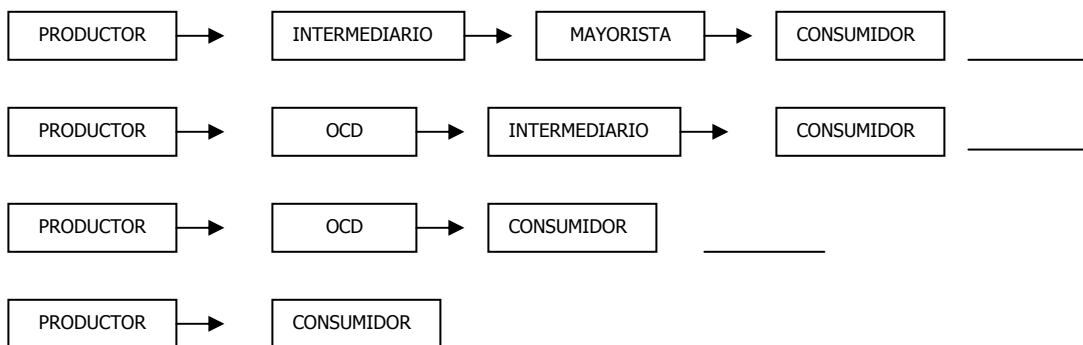
	p.4 2
Intermediario	1
Plaza de mercado	2
Industria	3
OCD	4
Otro: Cual	( )

**p43.** ¿Cuál es la ruta de comercialización de la mora?

**A) Industria:**



**Mercado Fresco:**



OTRA: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO N°: 2 Encuesta Comercial Aplicada ha las diferentes OCD's

Cuestionario N° \_\_\_\_

### ESTUDIO PARA DETERMINAR LINEA DE BASE DE ALIANZA POR LA MORA 2004

**OBJETIVO:** Identificar los beneficios que ha traído consigo la coalición de Asofamora para los productores/campesinos en el campo familiar y organizacional, además de conocer cual es la actitud del mismo frente al cultivo a la hora de producir para identificar las fallas que se están cometiendo en comparación con los métodos y practicas técnicas que deben asumir de tal manera que la mora cosechada sea de la mejor calidad y cumpla con las mínimas normas fitosanitarias, y evaluar los parámetros que actualmente los productores están utilizando para la comercialización de la mora e identificar el impacto que ha tenido la OCD en la distribución.

**OCD** \_\_\_\_\_

**FECHA** \_\_\_\_\_

**p1.** ¿La OCD comercializa la producción de los asociados? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**p2.** ¿Cuáles son los volúmenes que maneja la OCD?

- Industria: \_\_\_\_\_ Ton / año
- Mercado en fresco: \_\_\_\_\_ Kilos / semana

**p3.** ¿Cuál es el volumen potencial de producción de la OCD? \_\_\_\_\_ Ton / año

**p4.** ¿Que medio de transporte utiliza para entregar la mora al comprador final?

	p.4
Chiva	1
Jeep	2
Ruta (transporte público)	3
transporte contratado	4
Otro: Cual	( )

**p5.** Estructure los costos de comercialización (Valor Unidad):

➤ **INDUSTRIA:**

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD
Transporte acopio – planta del cliente	KILO	
Descuentos por ASOFRUCOL	% Total de la transacción	
Viáticos en la entrega	Día	
Gastos Bancarios	Mensual	
Otros Descuentos (Retefuente, BNA)	Por transacción	
Empaque	Canastillas	
Otros ¿Cuál?		

➤ **MERCADO FRESCO:**

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD
Mano de obra para selección y empaque	Jornal	
Transporte acopio – al cliente	Kilo	
Descuentos por ASOFRUCOL	% Total de la transacción	
Viáticos en la entrega	Día	
Gastos Bancarios	Mensual	
Otros Descuentos (Retefuente, BNA)	Por transacción	
Empaque	Bolsa	
Otros ¿Cuál?		

➤ **GASTOS GENERALES DE LA OCD:**

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNIDAD
Elementos de aseo	Mensual	
Papelería y Fotocopias	Mensual	
Gastos de servicios públicos	Mensual	
Otros ¿Cuál?		

**p6.** ¿Cuál es el número de socios que venden permanentemente a la OCD?

---

**p7.** ¿Cuáles son las condiciones de los negocios?

Tipo de mercado	Contrato		Codificación		Frecuencia de entrega	Volumen de entrega	Tiempo de pago
	SI	NO	SI	NO			
<b>Industria</b>							
<b>Mercado fresco</b>							

**p8.** ¿Qué calidad y empaque le exigen al negociar?

**Industria:**

---



---



---

**Mercado Fresco:**

---



---

---

**p9.** ¿Cómo se fijan los precios de la negociación?

**INDUTRIA:**

---

---

---

---

**MERCADO**

**FRESCO** \_\_\_\_\_

---

---

**p10.** ¿Manejan registros contables?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles?

---

---

**TABLA N° 1: Tipo de pertenencia de la finca**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP EC	JARDIMORA	AGRIMORA
PROPIETARIO	121	15	5	12	9	12	9	7	11	12	11	11	7
	74,7%	78,9%	71,4%	85,7%	75,0%	80,0%	60,0%	77,8%	61,1%	85,7%	84,6%	73,3%	63,6%
INCORADO	6		1		2				1	1			1
	3,7%		14,3%		16,7%				5,6%	7,1%			9,1%
ARRENDATARIO	20	2		1	1	1	4		5	1	2	1	2
	12,3%	10,5%		7,1%	8,3%	6,7%	26,7%		27,8%	7,1%	15,4%	6,7%	18,2%
APARCERO	3	1							1			1	
	1,9%	5,3%							5,6%			6,7%	
FAMILIAR/ HERENCIA	9	1		1		1	2	2				2	
	5,6%	5,3%		7,1%		6,7%	13,3%	22,2%				13,3%	
ADMINISTRADOR	1												1
	0,6%												9,1%
OTROS	2		1			1							
	1,2%		14,3%			6,7%							
TOTAL.....	162	19	7	14	12	15	15	9	18	14	13	15	11
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**BASE:** Total entrevistas

**PREGUNTA:** 1

**TABLA N° 2: Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda “Paredes”**

	TOTAL
LADRILLO	13
	8.3%
BAHAREQUE	31
	19.7%
MADERA	106
	67.5%
CEMENTO	1
	.6%
TIERRA	1
	.6%
OTRAS	3
	1.9%
PLASTICO	2
	1.3%
TOTAL.....	157
	100.0%

**BASE:** Total entrevistas

**PREGUNTA:** 2.1

**TABLA N°: 3** Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda “Piso”

	TOTAL
LADRILLO	1
	.6%
BAHAREQUE	1
	.6%
MADERA	126
	81.3%
MOSAICO	1
	.6%
CEMENTO	21
	13.5%
TIERRA	5
	3.2%
TOTAL.....	155
	100.0%

**BASE:** Total entrevistas

**PREGUNTA:** 2.2

**TABLA N°: 4** Condiciones físicas en que se encuentra la vivienda “Techo”

	TOTAL...
LADRILLO	1
	.6%
MADERA	5
	3.2%
TEJA DE BARRO	9
	5.8%
TEJA DE ZINC	132
	85.2%
TEJA DE CARTON	5
	3.2%
ETERNIT	3
	1.9%
TOTAL.....	155
	100.0%

**BASE:** Total entrevistas

**PREGUNTA:** 2.3

**TABLA N°: 5 Composición familiar “ocupación”**

	TOTAL	AGRICULTURA	AMA DE CASA	ESTUDIANTE	DOCENTE	TRABAJA	JORNALERO	MAYORDOMO	COMERCIANTE	OTROS
PAPA	111	102	5	1				1	1	1
	19.1%	52.0%	3.9%	.4%				100.0%	100.0%	20.0%
MAMA	116	15	89	5	4					2
	20.0%	7.7%	69.0%	2.2%	80.0%					40.0%
HERMANO	12	9		3						
	2.1%	4.6%		1.3%						
HERMANO 2	5	2		3						
	.9%	1.0%		1.3%						
HERMANO 3	2	1		1						
	.3%	.5%		.4%						
HERMANA	7	2	3	2						
	1.2%	1.0%	2.3%	.9%						
HERMANA 2	3	1	1	1						
	.5%	.5%	.8%	.4%						
HIJA	75	5	10	57	1	1				
	12.9%	2.6%	7.8%	24.7%	20.0%	14.3%				
HIJA 2	31	1	1	27		2				
	5.3%	.5%	.8%	11.7%		28.6%				
HIJA 3	13		1	12						
	2.2%		.8%	5.2%						
HIJA 4	5			5						
	.9%			2.2%						
HIJA 5	2			2						
	.3%			.9%						
HIJA 8	1			1						
	.2%			.4%						
HIJO	83	26	3	49		3				1
	14.3%	13.3%	2.3%	21.2%		42.9%				20.0%
HIJO 2	36	9	1	23		1				1
	6.2%	4.6%	.8%	10.0%		14.3%				20.0%
HIJO 3	14	3	1	10						
	2.4%	1.5%	.8%	4.3%						
HIJO 4	2	1		1						
	.3%	.5%		.4%						
HIJO 7	1			1						

		.2%		.4%						
CUÑADA	6	1	5							
		1.0%	.5%	3.9%						
CUÑADO	2	2								
		.3%	1.0%							
CUÑADO 3	2	2								
		.3%	1.0%							
CUÑADO 9	1			1						
		.2%		.4%						
SOBRINO	10	5	1	4						
		1.7%	2.6%	.8%	1.7%					
SOBRINO 2	2			2						
		.3%		.9%						
SOBRINA	4		1	3						
		.7%	.8%	1.3%						
SOBRINA 2	1			1						
		.2%		.4%						
NIETO	10		2	8						
		1.7%	1.6%	3.5%						
NIETO 2	3	1		2						
		.5%	.5%	.9%						
NIETO 3	1			1						
		.2%		.4%						
NIETA	5			4						
		.9%		1.7%						
NIETA 2	1			1						
		.2%		.4%						
ABUELA	3		3							
		.5%	2.3%							
TRABAJADOR	2	2								
		.3%	1.0%							
TRABAJADOR 2	1	1								
		.2%	.5%							
TRABAJADOR 3	1	1								
		.2%	.5%							
YERNO	1						1			
		.2%					100.0%			
AMIGO	1	1								
		.2%	.5%							



AMIGA	1		1							
	.2%		.8%							
PAPA	3	3								
	.5%	1.5%								
SUEGRA	1		1							
	.2%		.8%							
TOTAL	581	196	129	231	5	7	1	1	1	5
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 3.5

**TABLA N°:6 Participación en el cultivo de la mora**

	TOTAL	SI	NO
PAPA	111	103	8
	19.1%	28.8%	3.7%
MAMA	116	71	44
	20.0%	19.8%	20.1%
HERMANO	12	10	2
	2.1%	2.8%	.9%
HERMANO 2	5	4	1
	.9%	1.1%	.5%
HERMANO 3	2	1	1
	.3%	.3%	.5%
HERMANA	7	4	3
	1.2%	1.1%	1.4%
HERMANA 2	3	2	1
	.5%	.6%	.5%
HIJA	75	30	44
	12.9%	8.4%	20.1%
HIJA 2	31	15	16
	5.3%	4.2%	7.3%
HIJA 3	13	1	12
	2.2%	.3%	5.5%
HIJA 4	5		5
	.9%		2.3%
HIJA 5	2		2
	.3%		.9%
HIJA 8	1		1

	.2%		.5%
HIJO	83	52	30
	14.3%	14.5%	13.7%
HIJO 2	36	23	12
	6.2%	6.4%	5.5%
HIJO 3	14	7	7
	2.4%	2.0%	3.2%
HIJO 4	2	1	1
	.3%	.3%	.5%
HIJO 7	1	1	
	.2%	.3%	
CUÑADA	6	4	2
	1.0%	1.1%	.9%
CUÑADO	2	1	1
	.3%	.3%	.5%
CUÑADO 3	2	2	
	.3%	.6%	
CUÑADO 9	1		1
	.2%		.5%
SOBRINO	10	5	5
	1.7%	1.4%	2.3%
SOBRINO 2	2	1	1
	.3%	.3%	.5%
SOBRINA	4	4	
	.7%	1.1%	
SOBRINA 2	1	1	
	.2%	.3%	
NIETO	10	6	4
	1.7%	1.7%	1.8%
NIETO 2	3	1	2
	.5%	.3%	.9%
NIETO 3	1		1
	.2%		.5%
NIETA	5	2	3
	.9%	.6%	1.4%
NIETA 2	1		1
	.2%		.5%
ABUELA	3	1	2
	.5%	.3%	.9%

TRABAJADOR	2	1	1
	.3%	.3%	.5%
TRABAJADOR 2	1	1	
	.2%	.3%	
TRABAJADOR 3	1	1	
	.2%	.3%	
YERNO	1		1
	.2%		.5%
AMIGO	1	1	
	.2%	.3%	
AMIGA	1		1
	.2%		.5%
PAPA	3	1	2
	.5%	.3%	.9%
SUEGRA	1		1
	.2%		.5%
TOTAL	581	358	219
	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 3.6**

**TABLA N°: 7 Composición familiar (Régimen de Salud)**

	TOTAL	NINGUNO	REGIMEN SUBSIDIA	REGIMEN CONTRIBU
PAPA	111	14	90	7
	19.1%	15.4%	20.3%	16.3%
MAMA	116	10	96	9
	20.0%	11.0%	21.7%	20.9%
HERMANO	12	3	8	1
	2.1%	3.3%	1.8%	2.3%
HERMANO 2	5	1	4	
	.9%	1.1%	.9%	
HERMANO 3	2		2	
	.3%		.5%	
HERMANA	7	2	5	
	1.2%	2.2%	1.1%	
HERMANA 2	3	2	1	
	.5%	2.2%	.2%	
HIJA	75	9	58	7
	12.9%	9.9%	13.1%	16.3%

HIJA 2	31	6	21	4
	5.3%	6.6%	4.7%	9.3%
HIJA 3	13	1	11	1
	2.2%	1.1%	2.5%	2.3%
HIJA 4	5	1	4	
	.9%	1.1%	.9%	
HIJA 5	2	1	1	
	.3%	1.1%	.2%	
HIJA 8	1		1	
	.2%		.2%	
HIJO	83	10	68	4
	14.3%	11.0%	15.3%	9.3%
HIJO 2	36	7	24	4
	6.2%	7.7%	5.4%	9.3%
HIJO 3	14	5	9	
	2.4%	5.5%	2.0%	
HIJO 4	2	2		
	.3%	2.2%		
HIJO 7	1		1	
	.2%		.2%	
CUÑADA	6	1	4	1
	1.0%	1.1%	.9%	2.3%
CUÑADO	2	1	1	
	.3%	1.1%	.2%	
CUÑADO 3	2	1	1	
	.3%	1.1%	.2%	
CUÑADO 9	1		1	
	.2%		.2%	
SOBRINO	10	3	5	2
	1.7%	3.3%	1.1%	4.7%
SOBRINO 2	2		2	
	.3%		.5%	
SOBRINA	4	2	1	1
	.7%	2.2%	.2%	2.3%
SOBRINA 2	1			1
	.2%			2.3%
NIETO	10	2	8	
	1.7%	2.2%	1.8%	
NIETO 2	3	1	2	

	.5%	1.1%	.5%	
NIETO 3	1	1		
	.2%	1.1%		
NIETA	5	1	4	
	.9%	1.1%	.9%	
NIETA 2	1		1	
	.2%		.2%	
ABUELA	3		3	
	.5%		.7%	
TRABAJADOR	2	1	1	
	.3%	1.1%	.2%	
TRABAJADOR 2	1	1		
	.2%	1.1%		
TRABAJADOR 3	1	1		
	.2%	1.1%		
YERNO	1	1		
	.2%	1.1%		
AMIGO	1		1	
	.2%		.2%	
AMIGA	1		1	
	.2%		.2%	
PAPA	3		2	1
	.5%		.5%	2.3%
SUEGRA	1		1	
	.2%		.2%	
TOTAL	581	91	443	43
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 3.7

## TABLA N° 8: Fuentes de ingreso

	TOTAL
PRODUCCION DE LA MORA	122
	75.8%
JORNALES FUERA DE LA FINCA	31
	19.3%
OTRAS ACTIVIDADES	12
	7.5%

FRIJOL	7
	4.3%
TOMATE DE ARBOL	11
	6.8%
CAFE	14
	8.7%
CURUBA	1
	.6%
LULO	2
	1.2%
ALVERJA	2
	1.2%
TOMATE COCINA	1
	.6%
LACTEOS/ LECHE	4
	2.5%
GANADO	4
	2.5%
PESCA	3
	1.9%
OTROS	25
	15.5%
TOTAL.....	161
	148.4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** 4

**TABLA N°: 9** Participación en grupo comunitario

	TOTAL...
NINGUNO	45
	28.3%
JUNTA DE ACCION COMUNAL	47
	29.6%
ASOCIACION DE PADRES DE FAMILIA	1
	.6%
ASOFRUTEROS	15
	9.4%
AGRIMORA	6
	3.8%

OCO	10
	6.3%
ASOMORA	1
	.6%
OTRAS	34
	21.4%
TOTAL.....	159
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 5

**TABLA Nº 10:** Papel que Desempeña en los Grupos

ORGANIZA	47
	67.1%
ASISTENTE	29
	41.4%
OBSERVA	13
	18.6%
APORTA RECURSOS	16
	22.9%
APORTA IDEAS	47
	67.1%
TOTAL	70
	217.1%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 6

**TABLA Nº: 11** Dentro de la OCD

ORGANIZA	70
	46.1%
ASISTENTE	90
	59.2%
OBSERVA	50
	32.9%
APORTA RECURSOS	40
	26.3%
APORTA IDEAS	94
	61.8%
TOTAL	152
	226.3%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 6.1

**TABLA Nº: 12** Tiempo de pertenencia a la OCD

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVE	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTE	ASOAGRUP	JARDIMOR	AGRIMORA	ASOPLAMORA
6 MESES O MENOS	37	4	1	7	5	6	4		1	1	4		4	
	23.0%	21.1%	12.5%	50.0%	55.6%	40.0%	26.7%		5.6%	7.1%	33.3%		36.4%	
7 MESES A 9 MESES	21	1	3	3	2	4	2		2			1		3
	13.0%	5.3%	37.5%	21.4%	22.2%	26.7%	13.3%		11.1%			7.1%		100.0%
1 AÑO	22	2	2	2			2	1	5	2	2	1	3	
	13.7%	10.5%	25.0%	14.3%			13.3%	11.1%	27.8%	14.3%	16.7%	7.1%	27.3%	
MAS DE 1 A 2 AÑOS	44	3	1	2	1	2	5	3	6	10	2	7	2	
	27.3%	15.8%	12.5%	14.3%	11.1%	13.3%	33.3%	33.3%	33.3%	71.4%	16.7%	50.0%	18.2%	
MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS	20	4					1	1	4		3	5	2	
	12.4%	21.1%					6.7%	11.1%	22.2%		25.0%	35.7%	18.2%	
MAS DE 4 AÑOS A 7 AÑOS	8	3			1	1	1	1			1			
	5.0%	15.8%			11.1%	6.7%	6.7%	11.1%			8.3%			
MAS DE 8 A 11 AÑOS	3									1				
	1.9%													
MAS DE 11 AÑOS	6	2	1			2		1						

	3.7%	10.5%	12.5%			13.3%		11.1%						
TOTAL.....	161	19	8	14	9	15	15	9	18	14	12	14	11	3
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE: Total Entrevistas**

**PREGUNTA: 7**

## TABLA Nº: 13 Motivos para vincularse a la OCD

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOFLAMORA
ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	142	17	6	13	8	14	13	6	18	13	9	12	10	3
	87.7%	89.5%	75.0%	92.9%	88.9%	93.3%	86.7%	66.7%	100.0%	92.9%	69.2%	85.7%	90.9%	100.0%
CREDITOS	85	7	3	10	3	9	8	4	10	9	5	9	6	2
	52.5%	36.8%	37.5%	71.4%	33.3%	60.0%	53.3%	44.4%	55.6%	64.3%	38.5%	64.3%	54.5%	66.7%
DESARROLLO PERSONAL	81	4	4	6	4	12	10	4	8	13	8	4	3	4
	50.0%	21.1%	50.0%	42.9%	44.4%	80.0%	66.7%	44.4%	44.4%	92.9%	61.5%	28.6%	27.3%	33.3%
INCREMENTO DE INGRESOS	83	10	4	8	5	9	5	15	10	9	6	4	7	1
	51.2%	52.6%	50.0%	57.1%	55.6%	60.0%	33.3%	55.6%	55.6%	64.3%	46.2%	28.6%	63.6%	33.3%
COMERCIALIZACION	62	8	3	5	12	3	7	3	5	3	5	7	3	1
	38.3%	42.1%	37.5%	35.7%	55.6%	20.0%	46.7%	77.8%	16.7%	42.9%	30.8%	50.0%	27.3%	33.3%
OTROS	8	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
	4.9%	10.5%	25.0%			6.7%			5.6%		7.7%		9.1%	
TOTAL.....	162	19	8	14	9	15	15	9	18	14	12	14	11	3
	284.6%	252.6%	275.0%	300.0%	277.8%	320.0%	286.7%	288.9%	277.8%	357.1%	253.8%	257.1%	272.7%	266.7%

**BASE: Total Entrevistas**

**PREGUNTA: 8**

## TABLA Nº:14 Expectativas con la OCD

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOFLAMORA
CONSEGUIR MAS SOCIOS	15	4	1	2	1	2	1	1	2			1		
	9.4%	21.1%	12.5%	14.3%	11.1%	14.3%	7.1%	11.1%	11.1%			7.1%		
QUE SEAN ORGANIZADOS	12	3		1			2		1	3		2		
	7.5%	15.8%		7.1%			14.3%		5.6%	21.4%		14.3%		
ACOPIO EN BUENA CONDICION	17	1				1	1	1	2	8	2	1		
	10.6%	5.3%				7.1%	7.1%	11.1%	11.1%	57.1%	15.4%	7.1%		
INTEGRACION DEL GRUPO	23	1		1	2	3	1	1	1	8	2	2	1	
	14.4%	5.3%		7.1%	22.2%	21.4%	7.1%	11.1%	5.6%	57.1%	15.4%	14.3%	9.1%	
MAS CREDITOS	11	3		1		1	1		2		2		1	
	16.9%	15.8%		7.1%		7.1%	7.1%		11.1%		15.4%		9.1%	
AMPLIAR LA COMERCIALIZACION A OTROS CULTIVOS	2									1	1			
	1.3%									7.1%	7.7%			
MAS RECURSOS PARA SOCIOS	27	8	1	3	1	3	1	1	4			5		
	16.9%	42.1%	12.5%	21.4%	11.1%	21.4%	7.1%	11.1%	22.2%			35.7%		
ABRIR MERCADOS	11	1	1	1				1		8				
	6.9%	5.3%	12.5%					11.1%		57.1%				
FORTALECER/ MEJORAR ASISTENCIA MEDICA	14	4		1		1	1	1	1	1	2	1	1	
	8.8%	21.1%		7.1%		7.1%	7.1%	11.1%	5.6%	7.1%	15.4%	7.1%	9.1%	
AUMENTAR LA PRODUCCION	9	3			2		1		1				1	1
	5.6%	15.8%			22.2%		7.1%		5.6%				9.1%	33.3%
FORTALECIMIENTO DE LA ASOCIACION	32	1	2	2	3	3	2	1	7	1	2	5	3	
	20.0%	5.3%	25.0%	14.3%	33.3%	21.4%	14.3%	11.1%	38.9%	7.1%	15.4%	35.7%	27.3%	
PONER MAS ANIMO	7	1		1		1		1	1				1	1
	4.4%	5.3%		7.1%		7.1%		11.1%	5.6%				9.1%	33.3%
QUE GENERE EMPLEO	2	1					1							
	1.3%	5.3%					7.1%							
CONTINUAR INCREMENTANDO LA COMERCIALIZACION	17	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1		1
	10.6%	10.5%	12.5%	7.1%	11.1%	7.1%	14.3%	11.1%	16.7%	7.1%	15.4%	7.1%		33.3%
CAPACITACION	7	1					2			1			1	
	4.4%	5.3%		7.1%			14.3%			7.1%			9.1%	33.3%



MAS VISITAS A LA FINCA	1	1												
	1.6%	5.3%												
TENER TRANSPORTE PROPIO	6	1			1			1			1	2		
	3.8%	12.5%			7.1%			5.6%			7.1%	18.2%		
AUMENTAR LA PRODUCCION	1	1												
	.6%	12.5%												
MEJORES CULTIVOS	1		1											
	.6%		7.1%											
MAS INSUMOS PARA SU CULTIVO	4	1			1	1	1							
	2.5%	12.5%			7.1%	7.1%	11.1%							
OTRAS	35	4	3	3	2	1	5	3		5	3	3		
	21.9%	21.1%	37.5%	21.4%	22.2%	7.1%	35.7%	33.3%	16.7%	38.5%	21.4%	27.3%		
TOTAL.....	160	19	8	14	9	14	14	9	18	14	13	14	11	3
	158.8%	205.3%	150.0%	128.6%	133.3%	135.7%	157.1%	144.4%	161.1%	228.6%	138.5%	157.1%	127.3%	133.3%

**BASE: Total Entrevistas**

**PREGUNTA: 9**

**TABLA N°: 15 Toma de decisiones al interior de la OCD**

LOS ASESORES DECIDEN	6
	3.7%
LA MAYORIA DECIDE	145
	89.5%
UNOS POCOS DECIDEN	10
	6.2%
TOTAL	162
	100.0%

**BASE: Total Entrevistas**

**PREGUNTA: 10**

**TABLA N°: 16 Principales problemas en la vereda**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVINUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
SALUD	97	11	5	9	6	9	8	6	12	11	7	11	2
	59,9%	57,9%	71,4%	64,3%	50,0%	60,0%	53,3%	66,7%	66,7%	78,6%	53,8%	73,3%	18,2%
EDUCACION	59	8	3	4	3	7	7	4	6	6	2	7	2
	36,4%	42,1%	42,9%	28,6%	25,0%	46,7%	46,7%	44,4%	33,3%	42,9%	15,4%	46,7%	18,2%
RECREACION	54	9	3	4	4	6	4	2	3	9	2	7	1
	33,3%	47,4%	42,9%	28,6%	33,3%	40,0%	26,7%	22,2%	16,7%	64,3%	15,4%	46,7%	9,1%
VIVIENDA	82	9	6	4	9	8	5	4	7	11	7	8	4
	50,6%	47,4%	85,7%	28,6%	75,0%	53,3%	33,3%	44,4%	38,9%	78,6%	53,8%	53,3%	36,4%
ORDEN PUBLICO	50	8	6	3	3	3	4	2	5	9	4	2	1
	30,9%	42,1%	85,7%	21,4%	25,0%	20,0%	26,7%	22,2%	27,8%	64,3%	30,8%	13,3%	9,1%
VIAS DE ACCESO	97	14	5	8	7	11	7	6	10	8	6	10	5
	59,9%	73,7%	71,4%	57,1%	58,3%	73,3%	46,7%	66,7%	55,6%	57,1%	46,2%	66,7%	45,5%
VECINALES	14	2				2	1		1	4	1	2	1
	8,6%	10,5%				13,3%	6,7%		5,6%	28,6%	7,7%	13,3%	9,1%
ECONOMICOS	69	9	5	8	3	5	5	2	5	11	6	7	3
	42,6%	47,4%	71,4%	57,1%	25,0%	33,3%	33,3%	22,2%	27,8%	78,6%	46,2%	46,7%	27,3%
VIAS DE COMUNICACION	74	13	3	6	8	6	7	4	6	3	6	8	4
	45,7%	68,4%	42,9%	42,9%	66,7%	40,0%	46,7%	44,4%	33,3%	21,4%	46,2%	53,3%	36,4%
SERVICIOS PUBLICOS	37	3	1	3	1	7	3	2	7	4	4	1	1
	22,8%	15,8%	14,3%	21,4%	8,3%	46,7%	20,0%	22,2%	38,9%	28,6%	30,8%	6,7%	9,1%
COSTO DEL TRANSPORTE	2	1										1	
	1,2%	5,3%										6,7%	

OTROS	18	2		2						1	1	1	1
	4,9%	10,5%		14,3%						7,1%	7,7%	6,7%	9,1%
TOTAL	162	19	7	14	12	15	15	9	18	14	13	15	11
	396,9%	468,4%	528,6%	364,3%	366,7%	426,7%	340,0%	355,6%	344,4%	550,0%	353,8%	433,3%	227,3%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 11

**TABLA Nº: 17** Forma como la OCD puede Solucionar Problemas

	TOTAL	OCD													
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOFLAMORA	
GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	61	7	3	5	2	7	3	2	8	9	4	5	5	1	
	38.1%	38.9%	37.5%	35.7%	22.2%	46.7%	21.4%	22.2%	44.4%	64.3%	30.8%	35.7%	45.5%	33.3%	
CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	7	2				1			1	1	1		1		
	4.4%	11.1%				6.7%			5.6%	7.1%	7.7%		9.1%		
QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	13	2		1	2	1	1	1	1			1	2	1	
	8.1%	11.1%		7.1%	22.2%	6.7%	7.1%	11.1%	5.6%			7.1%	18.2%	33.3%	
APORTAR IDEAS	7			2					1		1	1	2		
	4.4%			14.3%					5.6%		7.7%	7.1%	18.2%		
HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	5						1		2			1		1	
	3.1%						7.1%		11.1%			7.1%		33.3%	
ORGANIZANDONOS	12			1		2	1			5	2	1			
	7.5%			7.1%		13.3%	7.1%			35.7%	15.4%	7.1%			
INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	29	6	3	4	3	3	2	2	3		1	1	1		
	18.1%	33.3%	37.5%	28.6%	33.3%	20.0%	14.3%	22.2%	16.7%		7.7%	7.1%	9.1%		
ASESORIA TECNICA	3		1					1			1				
	1.9%		12.5%					11.1%			7.7%				
AYUDA/ APOYO	5		1			2	1						1		
	3.1%		12.5%			13.3%	7.1%						9.1%		
MANO DE OBRA	9	2	1			1		3				1	1		
	5.6%	11.1%	12.5%			6.7%		33.3%				7.1%	9.1%		
BUSCAR PROYECTOS	28	2		1	3	2	3	3	2	7	2	2	1		
	17.5%	11.1%		7.1%	33.3%	13.3%	21.4%	33.3%	11.1%	50.0%	15.4%	14.3%	9.1%		
OTRAS	23	3	1	1		2	5		4		4	1	1	1	
	14.4%	16.7%	12.5%	7.1%		13.3%	35.7%		22.2%		30.8%	7.1%	9.1%	33.3%	
NO SABE	2												1		
	1.3%											7.1%	9.1%		
NO HAY PROBLEMAS	1														
	.6%												9.1%		
TOTAL.....	160	18	8	14	9	15	14	9	18	14	13	14	11	3	
	128.1%	133.3%	125.0%	107.1%	111.1%	140.0%	121.4%	133.3%	122.2%	157.1%	123.1%	107.1%	154.5%	133.3%	

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 12

**TABLA Nº: 18** Principales Dificultades que afectan el Funcionamiento de las OCD

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA
COMUNICACION	75	10	4	6	4	6	4	4	12	7	9	4	5
	47,5%	52,6%	57,1%	42,9%	33,3%	40,0%	28,6%	44,4%	66,7%	50,0%	69,2%	30,8%	50,0%
LIDERAZGO	17	4	3				2	1	1	1	1	2	2
	10,8%	21,1%	42,9%				14,3%	11,1%	5,6%	7,1%	7,7%	15,4%	20,0%
TOMA DE DECISIONES	14	3					2		2	1	1	5	
	8,9%	15,8%					14,3%		11,1%	7,1%	7,7%	38,5%	
RESOLUCION DE CONFLICTOS	17	3		2	1		1	1	4	1	1	2	1
	10,8%	15,8%		14,3%	8,3%		7,1%	11,1%	22,2%	7,1%	7,7%	15,4%	10,0%
CUMPLIMIENTOS DE COMPROMISOS	94	14	5	6	6	6	8	7	11	10	9	7	5
	59,5%	73,7%	71,4%	42,9%	50,0%	40,0%	57,1%	77,8%	61,1%	71,4%	69,2%	53,8%	50,0%
FALTA DE RECURSOS	1									1			
	1,6%									7,1%			

NINGUNA	21	1		3	4	5	3	1		1		2	1
	13,3%	5,3%		21,4%	33,3%	33,3%	21,4%	11,1%		7,1%		15,4%	10,0%
OTROS	8			1	1	2	1			1	1	1	
	5,1%			7,1%	8,3%	13,3%	7,1%			5,6%	7,1%	7,7%	
TOTAL	158	19	7	14	12	15	14	9	18	14	13	13	10
	156,3%	184,2%	171,4%	128,6%	133,3%	126,7%	150,0%	155,6%	172,2%	164,3%	169,2%	169,2%	140,0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 13

**TABLA N°: 19 Beneficios de pertenecer a Asofamora**

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVINUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPAEC	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOPLANORA
CREDITOS	36	4	5	1		3	4	2	6		2	8	1	
	23.8%	21.1%	62.5%	8.3%		20.0%	30.8%	22.2%	35.3%		16.7%	66.7%	12.5%	
CAPACITACION TECNICA	29	3	9	2	2	8	1	3	4	11	4	5	8	16
	19.2%	15.8%		16.7%	11.1%	6.7%	30.8%	44.4%	47.1%	7.1%	25.0%	8.3%	12.5%	
COMERCIALIZACION	23	4	1	2		3	1	1	2	2	4	2	1	
	15.2%	21.1%	12.5%	16.7%		20.0%	7.7%	11.1%	11.8%	14.3%	33.3%	16.7%	12.5%	
DINERO/ RECURSOS	19	3	1			2	2	1	4	2	1	2	1	
	12.6%	15.8%				13.3%	15.4%	11.1%	23.5%	14.3%	8.3%	16.7%	12.5%	
ASESORIA/ AYUDAS TECNICAS	43	6	2	6	2	2	7	1	8	1	1	2	3	2
	28.5%	31.6%		50.0%	22.2%	13.3%	53.8%	11.1%	47.1%	7.1%	8.3%	16.7%	37.5%	66.7%
INSUMOS	17	4	3	1		2	2	2	1			1	1	
	11.3%	21.1%	37.5%	8.3%		13.3%	15.4%	22.2%	5.9%			8.3%	12.5%	
PROYECTO PRODUCTIVO INTEGRAL	17	2	1				1	1		10	1	1		
	11.3%	10.5%	12.5%				7.7%	11.1%		71.4%	8.3%	8.3%		
FONDOS ROTATORIOS	2						1			1				
	1.3%						7.7%			7.1%				
FACILIDADES PARA TRABAJAR	1					1								
	.7%					6.7%								
NINGUNO	16	1	1	2	3	3	1	1			1	2	1	
	10.6%	5.3%	12.5%	16.7%	33.3%	20.0%	7.7%	11.1%			8.3%		25.0%	33.3%
NO SABE/ NO CONOCE	7				1	3				1	1	1		
	4.6%				11.1%	20.0%				7.1%	8.3%		12.5%	
OTRAS	13	4		2	3	1					1	2		
	8.6%	21.1%		16.7%	33.3%	6.7%					8.3%		16.7%	
TOTAL	151	19	8	12	9	15	13	9	17	14	12	12	8	3
	147.7%	163.2%	175.0%	133.3%	111.1%	140.0%	176.9%	144.4%	170.6%	128.6%	125.0%	158.3%	137.5%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 14

**TABLA N°: 20 Beneficios que Gustaría recibir de Asofamora**

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLANDORA	ASOPREVINUS	FAMIMORA	FREEMAN	ASOFRUMOS	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPEC	JARDIMOR	AGRIMORA	ASOPLANORA
MAS CREDITOS	35	2	3	4	3	2	2	2	2	6	5	1	2	1
	24.5%	10.5%	37.5%	33.3%	33.3%	15.4%	15.4%	22.2%	14.3%	42.9%	50.0%	8.3%	22.2%	100.0%
MAS CAPACITACION TECNICA	17			1	1	4	3	3	1	1	2		1	
	11.9%			8.3%	11.1%	30.8%	23.1%	33.3%	7.1%	7.1%	20.0%		11.1%	
COMERCIALIZACION	14			2	2	2			2		2	2	2	
	9.8%			16.7%	22.2%	15.4%			14.3%		20.0%	16.7%	22.2%	
DINERO/ RECURSOS	17	4		2	3		1			2		1	3	1
	11.9%	21.1%		16.7%	33.3%		7.7%			14.3%		8.3%	33.3%	100.0%
ASESORIA/ AYUDAS TECNICAS	5			3			1				1			
	3.5%			25.0%			7.7%				10.0%			
INSUMOS	12	2	1	1	1		1	2		1	1	1	1	
	8.4%	10.5%	12.5%	8.3%	11.1%		7.7%	22.2%		7.1%	10.0%	8.3%	11.1%	
LA ASISTENCIA TECNICA/ MAS EVALUACION DEL CULTIVO	10		1	1	2	2					3		1	
	7.0%		12.5%	8.3%	22.2%	15.4%					30.0%		11.1%	
MAS APOYO A NIVEL GENERAL	4	2			1		1							
	2.8%	10.5%			11.1%		7.7%							
MEJORAMIENTO DEL CULTIVO	10	3		2		1				2	1		1	
	7.0%	15.8%		16.7%		7.7%				14.3%	10.0%		11.1%	
APOYO EN MERCADEO	6		1	2		1			2					

	4.2%		12.5%	16.7%		7.7%			14.3%				
CONTINUIDAD CON PROYECTOS	12								12				
	1.4%								14.3%				
AYUDA PARA VIVIENDA	17	4	1		1	1		2	2	3	2	1	
	11.9%	21.1%	12.5%		11.1%	7.7%		22.2%	14.3%	21.4%		16.7%	11.1%
MANO DE OBRA	4	1						2					
	2.8%	5.3%	12.5%					22.2%					
TRANSPORTE PARA PRODUCTOS	7					1	1				1		
	4.9%					7.7%	7.7%		28.6%			8.3%	
GESTIONAR PROYECTOS/ PROYECTOS A LARGO PLAZO	9				1			1		5	1	1	
	6.3%				11.1%			11.1%		35.7%	10.0%	8.3%	
NO SABE	1												
	.7%					7.7%							
OTRAS	32	6	4	1	1	3	4	3	2	1	4		
	22.4%	31.6%	50.0%	8.3%	11.1%	23.1%	30.8%	33.3%	21.4%	14.3%	10.0%	33.3%	
TOTAL .....	143	19	8	12	9	13	13	9	14	10	12	9	1
	141.3%	126.3%	150.0%	158.3%	177.8%	138.5%	107.7%	166.7%	114.3%	171.4%	170.0%	108.3%	133.3%
													200.0%

BASE: Total Entrevistas  
PREGUNTA: 15

**TABLA N°: 21 Meses de Mayor Producción**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
ENERO	38	3		1		3	4	2	7	1	5	7	5
	31.4%	16.7%		20.0%		27.3%	30.8%	25.0%	63.6%	7.1%	41.7%	53.8%	45.5%
FEBRERO	46	4	2	1	1	2	4	6	8	1	5	7	5
	38.0%	22.2%	100.0%	20.0%	33.3%	18.2%	30.8%	75.0%	72.7%	7.1%	41.7%	53.8%	45.5%
MARZO	37	5	1	1		3		5	4	9	2	5	2
	30.6%	27.8%	50.0%	20.0%		27.3%		62.5%	36.4%	64.3%	16.7%	38.5%	18.2%
ABRIL	29	7				4		2	1	9	2	2	2
	24.0%	38.9%				36.4%		25.0%	9.1%	64.3%	16.7%	15.4%	18.2%
MAYO	12	3			1	2			1	2	2	1	
	9.9%	16.7%			33.3%	18.2%			9.1%	14.3%	16.7%	7.7%	
JUNIO	15	3		1	1		2	2			1	4	1
	12.4%	16.7%		20.0%	33.3%		15.4%	25.0%			8.3%	30.8%	9.1%
JULIO	40	4	1	2	1	2	6	2	4	3	6	6	3
	33.1%	22.2%	50.0%	40.0%	33.3%	18.2%	46.2%	25.0%	36.4%	21.4%	50.0%	46.2%	27.3%
AGOSTO	84	10	1	4	1	8	9	3	8	14	9	8	9
	69.4%	55.6%	50.0%	80.0%	33.3%	72.7%	69.2%	37.5%	72.7%	100.0%	75.0%	61.5%	81.8%
SEPTIEMBRE	62	11	1	3	1	5	8	3	3	11	5	6	5
	51.2%	61.1%	50.0%	60.0%	33.3%	45.5%	61.5%	37.5%	27.3%	78.6%	41.7%	46.2%	45.5%
OCTUBRE	19	8				3	1	3	1		1	1	1
	15.7%	44.4%				27.3%	7.7%	37.5%	9.1%		8.3%	7.7%	9.1%
NOVIEMBRE	5	2			1	1							1
	4.1%	11.1%			33.3%	9.1%							9.1%
DICIEMBRE	9	2		1	1	1			2			2	
	7.4%	11.1%		20.0%	33.3%	9.1%			18.2%			15.4%	
TOTAL .....	121	18	2	5	3	11	13	8	11	14	12	13	11
	327.3%	344.4%	300.0%	280.0%	266.7%	309.1%	261.5%	350.0%	354.5%	357.1%	316.7%	376.9%	309.1%

BASE: Total Entrevistas  
PREGUNTA: 18

**TABLA N°: 22 Volumen recogido en los meses de mayor Producción**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA

					RA	NUS				ROS	EC	A	
MENOS DE 100	65	10		4	1	7	6	4	7	5	5	8	8
	53.3%	55.6%		80.0%	33.3%	58.3%	46.2%	50.0%	63.6%	35.7%	41.7%	61.5%	72.7%
DE 100 A 200 KILOGRAMOS	28	4	1			4	1	3	3	4	3	4	1
	23.0%	22.2%	50.0%			33.3%	7.7%	37.5%	27.3%	28.6%	25.0%	30.8%	9.1%
DE 200 A 300 KILOGRAMOS	13	3	1		1	1	2			2	2		1
	10.7%	16.7%	50.0%		33.3%	8.3%	15.4%			14.3%	16.7%		9.1%
DE 300 A 400 KILOGRAMOS	4							1	1	1	1		
	3.3%							12.5%	9.1%	7.1%	8.3%		
DE 400 A 500 KILOGRAMOS	4						1			1	1	1	
	3.3%						7.7%			7.1%	8.3%	7.7%	
MAS DE 500 KILOGRAMOS	4	1		1			1			1			
	3.3%	5.6%		20.0%			7.7%			7.1%			
NO HA SACADO	4				1		2						1
	3.3%				33.3%		15.4%						9.1%
TOTAL .....	122	18	2	5	3	12	13	8	11	14	12	13	11
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 19

**TABLA N°: 23** Meses de menor Producción

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA
ENERO	45	9	1	1		5	6	4	1	10	4	2	2
	37.2%	52.9%	50.0%	20.0%		41.7%	46.2%	50.0%	9.1%	71.4%	33.3%	15.4%	18.2%
FEBRERO	14	5				3	3			1	1	1	
	11.6%	29.4%				25.0%	23.1%			7.1%	8.3%	7.7%	
MARZO	16	2		1		4	3		2			4	
	13.2%	11.8%		20.0%		33.3%	23.1%		18.2%			30.8%	
ABRIL	36	4	1	3		2	5	3	4	2	4	4	4
	29.8%	23.5%	50.0%	60.0%		16.7%	38.5%	37.5%	36.4%	14.3%	33.3%	30.8%	36.4%
MAYO	42	2	1	2		5	5		6	5	6	5	5
	34.7%	11.8%	50.0%	40.0%		41.7%	38.5%		54.5%	35.7%	50.0%	38.5%	45.5%
JUNIO	27	3	2	1	1	3	2	1	6	2	1	3	2
	22.3%	17.6%	100.0%	20.0%	33.3%	25.0%	15.4%	12.5%	54.5%	14.3%	8.3%	23.1%	18.2%
JULIO	24	3		2	1	4	2	2	3		1	4	2
	19.8%	17.6%		40.0%	33.3%	33.3%	15.4%	25.0%	27.3%		8.3%	30.8%	18.2%
AGOSTO	8	3		1		2	1					1	
	6.6%	17.6%		20.0%		16.7%	7.7%					7.7%	
SEPTIEMBRE	10	3			1	1		1	2		1		1
	8.3%	17.6%			33.3%	8.3%		12.5%	18.2%		8.3%		9.1%
OCTUBRE	28	4		1	1	1	2		3	7	2	6	1
	23.1%	23.5%		20.0%	33.3%	8.3%	15.4%		27.3%	50.0%	16.7%	46.2%	9.1%
NOVIEMBRE	49	8		1	2	5	3	2	3	7	7	5	6
	40.5%	47.1%		20.0%	66.7%	41.7%	23.1%	25.0%	27.3%	50.0%	58.3%	38.5%	54.5%
DICIEMBRE	80	11	2		1	8	8	7	6	12	11	7	7
	66.1%	64.7%	100.0%		33.3%	66.7%	61.5%	87.5%	54.5%	85.7%	91.7%	53.8%	63.6%
TOTAL .....	121	17	2	5	3	12	13	8	11	14	12	13	11
	313.2%	335.3%	350.0%	260.0%	233.3%	358.3%	307.7%	250.0%	327.3%	328.6%	316.7%	323.1%	272.7%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 20

**TABLA N°: 24** Volumen recogido en los meses de menor Producción

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP EC	JARDIMORA	AGRIMORA
MENOS DE 10 KILOGRAMOS	30	4		2	1	5	1	1	4	1	2	5	4
	24.8%	22.2%		40.0%	33.3%	41.7%	7.7%	12.5%	36.4%	7.7%	16.7%	38.5%	36.4%
DE 10 A 20 KILOGRAMOS	26	5		1		3	2	2	6	2	1	2	2
	21.5%	27.8%		20.0%		25.0%	15.4%	25.0%	54.5%	15.4%	8.3%	15.4%	18.2%
DE 20 A 40 KILOGRAMOS	34	5	2			4	5	3		5	4	3	3
	28.1%	27.8%	100.0%			33.3%	38.5%	37.5%		38.5%	33.3%	23.1%	27.3%
DE 40 A 60 KILOGRAMOS	18	2		1	2			2	1	4	3	2	1
	14.9%	11.1%		20.0%	66.7%			25.0%	9.1%	30.8%	25.0%	15.4%	9.1%
DE 60 A 100 KILOGRAMOS	5	2					2					1	
	4.1%	11.1%					15.4%					7.7%	
MAS DE 100 KILOGRAMOS	3								1	2			
	2.5%								7.7%	16.7%			
NO HA SACADO	5			1			3						1
	4.1%			20.0%			23.1%						9.1%
TOTAL .....	121	18	2	5	3	12	13	8	11	13	12	13	11
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE: Total Entrevistas**  
**PREGUNTA: 21**

**TABLA N°: 25 Principales problemas del Cultivo de la Mora**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP EC	JARDIMORA	AGRIMORA
TECNICO	34	4		2	3	3	1	1	6	2	5	3	4
	24,8%	21,1%		33,3%	33,3%	23,1%	7,1%	12,5%	37,5%	14,3%	38,5%	20,0%	44,4%
CLIMATICO	82	11	1	2	3	8	9	4	7	12	8	11	6
	59,9%	57,9%	100,0%	33,3%	33,3%	61,5%	64,3%	50,0%	43,8%	85,7%	61,5%	73,3%	66,7%
VIAS DE ACCESO	31	7		4		3	2		4	2	4	3	2
	22,6%	36,8%		66,7%		23,1%	14,3%		25,0%	14,3%	30,8%	20,0%	22,2%
ORDEN PUBLICO	6	1					1	1	1		2		
	4,4%	5,3%					7,1%	12,5%	6,3%		15,4%		
COMERCIALIZACION	21	3		1		4	1	1	2	2	2	4	1
	15,3%	15,8%		16,7%		30,8%	7,1%	12,5%	12,5%	14,3%	15,4%	26,7%	11,1%
CREDITO	22	3		2	2	4	1	1	2			3	3
	16,1%	15,8%		33,3%	22,2%	30,8%	7,1%	12,5%	12,5%	7,1%		20,0%	33,3%
ORGANIZACIONAL	2							1					1
	1,5%							12,5%					11,1%
FRECUENCIA DEL TRANSPORTE	15			1	2	3	1	1	3		2	1	1
	10,9%			16,7%	22,2%	23,1%	7,1%	12,5%	18,8%		15,4%	6,7%	11,1%
PLAGAS	104	15	1	5	5	10	10	7	11	14	9	11	6
	75,9%	78,9%	100,0%	83,3%	55,6%	76,9%	71,4%	87,5%	68,8%	100,0%	69,2%	73,3%	66,7%
OTRAS	2	1					1						
	1,5%	5,3%					7,1%						
TOTAL .....	137	19	1	6	9	13	14	8	16	14	13	15	9
	232,8%	236,8%	200,0%	283,3%	166,7%	269,2%	192,9%	212,5%	225,0%	235,7%	246,2%	240,0%	266,7%

**BASE: Total Entrevistas**  
**PREGUNTA: 22**

**TABLA N°:26 Tipo de Semilla que Utiliza**

	TOTAL	OCD
--	-------	-----

		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
ESTACA	94	11	1	3	7	8	12	6	17	7	8	10	4
	66,2%	57,9%	50,0%	50,0%	77,8%	61,5%	80,0%	75,0%	94,4%	50,0%	61,5%	71,4%	36,4%
ACODO	20	2		1		3	1	1		7	3	1	1
	14,1%	10,5%		16,7%		23,1%	6,7%	12,5%		50,0%	23,1%	7,1%	9,1%
RIENDA	12	1	1	1		2		1			1	2	3
	8,5%	5,3%	50,0%	16,7%		15,4%		12,5%			7,7%	14,3%	27,3%
PLANTA SILVESTRE	21	5	1		2	3			2	4	2		2
	14,8%	26,3%	50,0%		22,2%	23,1%			11,1%	28,6%	15,4%		18,2%
CEPA	24	5	1	1		1	3	3		5	1	2	2
	16,9%	26,3%	50,0%	16,7%		7,7%	20,0%	37,5%		35,7%	7,7%	14,3%	18,2%
OTROS	1						1						
	0,7%						6,7%						
NINGUNO	1										1		
	0,7%										7,7%		
TOTAL.....	142	19	2	6	9	13	15	8	18	14	13	14	11
	121,8%	126,3%	200,0%	100,0%	100,0%	130,8%	113,3%	137,5%	105,6%	164,3%	123,1%	107,1%	109,1%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 23

**TABLA N°: 27 Método de Siembra utilizado**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
DIRECTA	103	13	1	4	8	10	10	5	13	8	11	12	8
	72,5%	68,4%	100,0%	66,7%	88,9%	76,9%	66,7%	62,5%	72,2%	57,1%	84,6%	80,0%	72,7%
ENCHUSPADO	38	5		2	1	2	3	1	7	8	4	3	2
	26,8%	26,3%		33,3%	11,1%	15,4%	20,0%	12,5%	38,9%	57,1%	30,8%	20,0%	18,2%
PREGERMINADA	24	4				3	3	2	6	2	1	2	1
	16,9%	21,1%				23,1%	20,0%	25,0%	33,3%	14,3%	7,7%	13,3%	9,1%
OTROS	2	1								1			
	1,4%	5,3%								7,1%			
NINGUNO	3	1									2		
	2,1%	5,3%								14,3%			
TOTAL.....	142	19	1	6	9	13	15	8	18	14	13	15	11
	119,7%	126,3%	100,0%	100,0%	100,0%	115,4%	106,7%	100,0%	144,4%	150,0%	123,1%	113,3%	100,0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 24

**TABLA N°: 28 Preparación del hoyo para la siembra**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
NINGUNA	27	3	1	1	3	2	3		3	3	2	1	5
	19,0%	15,8%	100,0%	16,7%	33,3%	15,4%	20,0%		16,7%	21,4%	15,4%	6,7%	45,5%
MATERIA ORGANICA	107	14		4	7	10	10	7	15	10	11	13	6
	75,4%	73,7%		66,7%	77,8%	76,9%	66,7%	87,5%	83,3%	71,4%	84,6%	86,7%	54,5%
FOSFORITA HUILA	62	8		3	5	3	10	3	7	7	4	8	4
	43,7%	42,1%		50,0%	55,6%	23,1%	66,7%	37,5%	38,9%	50,0%	30,8%	53,3%	36,4%
CAL DOLOMITA	77	11		4	5	3	9	5	12	6	7	10	5

	54,2%	57,9%		66,7%	55,6%	23,1%	60,0%	62,5%	66,7%	42,9%	53,8%	66,7%	45,5%
OTROS	11	2				1	2		2			3	1
	7,7%	10,5%				7,7%	13,3%		11,1%			20,0%	9,1%
TOTAL .....	142	19	1	6	9	13	15	8	18	14	13	15	11
	200,0%	200,0%	100,0%	200,0%	222,2%	146,2%	226,7%	187,5%	216,7%	185,7%	184,6%	233,3%	190,9%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 25

**TABLA N°: 29 Sistema de tutorado utilizado**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPEC	JARDIMORA	AGRIMORA
NINGUNA	16	2			2	1	2		2	2		1	4
	11,6%	10,5%			28,6%	7,7%	14,3%		11,8%	14,3%		6,7%	36,4%
CHIQUERO	16	3		1	2	1			1	5	3		
	11,6%	15,8%		16,7%	28,6%	7,7%			5,9%	35,7%	23,1%		
ESPALDERA SENCILLA	51	6	1	2	3	6	4	3	7	5	6	7	1
	37,0%	31,6%	100,0%	33,3%	42,9%	46,2%	28,6%	37,5%	41,2%	35,7%	46,2%	46,7%	9,1%
ESPALDERA DOBLE	8				1	1	1	1	2		1		1
	5,8%				14,3%	7,7%	7,1%	12,5%	11,8%		7,7%		9,1%
T SENCILLA	10	1		1			1			1	2	3	1
	7,2%	5,3%		16,7%			7,1%			7,1%	15,4%	20,0%	9,1%
DOBLE T	48	8		3	1	1	5	5	7	4	3	7	4
	34,8%	42,1%		50,0%	14,3%	7,7%	35,7%	62,5%	41,2%	28,6%	23,1%	46,7%	36,4%
OTROS	11	1		1		4	2		1		1		1
	8,0%	5,3%		16,7%		30,8%	14,3%		5,9%		7,7%		9,1%
TOTAL .....	138	19	1	6	7	13	14	8	17	14	13	15	11
	115,9%	110,5%	100,0%	133,3%	128,6%	107,7%	107,1%	112,5%	117,6%	121,4%	123,1%	120,0%	109,1%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 26

**TABLA N°: 30 Tipo de Podas Utilizada**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPEC	JARDIMORA	AGRIMORA
NINGUNA	4				1						1		2
	3,0%				16,7%						7,7%		18,2%
FORMACION	54	8	1	2	3	2	4	3	9	5	8	7	2
	40,6%	44,4%	50,0%	33,3%	50,0%	16,7%	28,6%	37,5%	56,3%	35,7%	61,5%	53,8%	18,2%
SANITARIA	77	9	2	2	2	7	8	7	11	10	5	8	6
	57,9%	50,0%	100,0%	33,3%	33,3%	58,3%	57,1%	87,5%	68,8%	71,4%	38,5%	61,5%	54,5%
PRODUCCION	78	10	2	3	1	8	8	5	8	12	7	10	4
	58,6%	55,6%	100,0%	50,0%	16,7%	66,7%	57,1%	62,5%	50,0%	85,7%	53,8%	76,9%	36,4%
RENOVACION	25	4			1	4	2	1	6	2	3		2
	18,8%	22,2%			16,7%	33,3%	14,3%	12,5%	37,5%	14,3%	23,1%		18,2%
OTRAS	1												1
	0,8%												9,1%
TOTAL .....	133	18	2	6	6	12	14	8	16	14	13	13	11
	179,7%	172,2%	250,0%	116,7%	133,3%	175,0%	157,1%	200,0%	212,5%	207,1%	184,6%	192,3%	154,5%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 27

**TABLA N°: 31 Tipo de Fertilizante Usado**

	TOTAL	OCD											



		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMO RA	ASOPREVE NUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTE ROS	ASOAGRUP EC	JARDIMOR A	AGRIMORA	ASOPLAMO RA
NINGUNA	28	1	3	1	3		2	1	4	1	2	3	6	1
	20.6%	5.9%	100.0%	16.7%	60.0%		14.3%	12.5%	25.0%	7.1%	16.7%	21.4%	54.5%	33.3%
FERTILIZANTE ORGANICO	113	18	1	4	3	16	9	9	8	17	14	9	3	2
	83.1%	105.9%	33.3%	66.7%	60.0%	123.1%	64.3%	112.5%	50.0%	121.4%	116.7%	64.3%	27.3%	66.7%
FERTILIZANTE QUIMICA	125	11		5	3	15	17	9	22	4	12	22	5	
	91.9%	64.7%		83.3%	60.0%	115.4%	121.4%	112.5%	137.5%	28.6%	100.0%	157.1%	45.5%	
TOTAL	136	17	3	6	5	13	14	8	16	14	12	14	11	3
	195.6%	176.5%	133.3%	166.7%	180.0%	238.5%	200.0%	237.5%	212.5%	157.1%	233.3%	242.9%	127.3%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 29.1

## TABLA N°: 32 Nombre del Fertilizante

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMO RA	ASOPREVE NUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTE ROS	ASOAGRUP EC	JARDIMOR A	AGRIMORA	ASOPLAMO RA
GALLINAZA	27	4		1	1	4	2	1	1	3	4	5	1	
	24.8%	25.0%		20.0%	50.0%	30.8%	16.7%	14.3%	8.3%	23.1%	40.0%	45.5%	20.0%	
AVIABONO	8	2	1			1	2		1	1				
	7.3%	12.5%	100.0%			7.7%	14.3%		7.7%	10.0%				
BOCACCHI	21	2			1	6	1	1	4	3		1	1	
	19.3%	12.5%			50.0%	46.2%	8.3%	14.3%	30.8%	30.0%		9.1%	20.0%	
CAL	6	3					1		1	1				
	5.5%	18.8%					14.3%		7.7%	10.0%				
ABONO	3						2			1				
	2.8%						16.7%			10.0%				
ESTIERCOL DE GANADO	4	1		1				1		1				
	3.7%	6.3%		20.0%				8.3%		10.0%				
PULPA DE CAFE	3			1						1	1			
	2.8%			20.0%						10.0%	9.1%			
OTROS	34	6	1	1	1	6	2	2	5	3	3	2		2
	31.2%	37.5%	100.0%	20.0%	50.0%	46.2%	16.7%	28.6%	41.7%	23.1%	30.0%	18.2%		100.0%
TOTAL	17			1			1	3				1	1	
	6.4%			20.0%			14.3%	25.0%				9.1%	20.0%	
TRIPLE 15	11	2		2			2	1	1		2	1		
	10.1%	12.5%		40.0%			16.7%	14.3%	8.3%		20.0%	9.1%		
TODO EN UNO	11	1				2	1	3	1	1	1		1	
	10.1%	6.3%				15.4%	8.3%	42.9%	8.3%	7.7%	10.0%		20.0%	
REMITAL	12				1	1	3		1		2	4		
	11.0%				50.0%	7.7%	25.0%		8.3%		20.0%	36.4%		
PAP	9					1	2		5			1		
	8.3%					7.7%	16.7%		41.7%			9.1%		
24, 4, 24	2					1						1		
	1.8%					7.7%						9.1%		
25, 4, 25	8	2			1		3				1	1		
	7.3%	12.5%			50.0%		25.0%				10.0%	9.1%		
10, 30, 10	19	2				1	2	1	4	5	2	1	1	
	17.4%	12.5%				7.7%	16.7%	14.3%	33.3%	38.5%	20.0%	9.1%	20.0%	
17, 6, 18	1											1		
	.9%											9.1%		
ANUIL	2			1								1		
	1.8%			20.0%								9.1%		
COSMOCEL	4						1			1		2		
	3.7%						8.3%			7.7%		18.2%		
NUTRIFOLIAR	2					1							1	
	1.8%					7.7%							20.0%	
UREA	18	1				3	2		6		1	4	1	
	16.5%	6.3%				23.1%	16.7%		50.0%		10.0%	36.4%	20.0%	
OTROS	25	3		1	1	3	5	1	2	1		1		
	22.9%	18.8%		20.0%	50.0%	23.1%	25.0%	71.4%	8.3%	15.4%	10.0%	36.4%	20.0%	
TOTAL	109	16	1	5	2	13	12	7	12	13	10	11	5	2
	217.4%	181.3%	200.0%	180.0%	300.0%	230.8%	216.7%	257.1%	250.0%	161.5%	250.0%	281.8%	160.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 29.2

TABLA Nº: 33 Dosis por Planta

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMOROS	ASOFRUTEEC	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOPLAMORA
1 GRAMO	2	1				1								
	1.9%	6.7%				7.7%								
DE 5 GRAMOS A 6 GRAMOS	5	2					1	1	1					
	4.8%	13.3%					8.3%	14.3%	9.1%					
DE 20 A 30 GRAMOS	28			2		2	7	2	3	2	2	8		
	26.7%			40.0%		15.4%	58.3%	28.6%	27.3%	16.7%	20.0%	72.7%		
DE 40 A 50 GRAMOS	20					3	3	2	2	3	3	4		
	19.0%					23.1%	25.0%	28.6%	18.2%	25.0%	30.0%	36.4%		
DE 60 A 70 GRAMOS	19	2				3	4		5	1	2	2		
	18.1%	13.3%				23.1%	33.3%		45.5%	8.3%	20.0%	18.2%		
80 GRAMOS	21	2			2	2	4		1	1	4	3	2	
	20.0%	13.3%			100.0%	15.4%	33.3%		9.1%	8.3%	40.0%	27.3%	40.0%	
100 GRAMOS	18	5		1		2		2	1		2	2	3	
	17.1%	33.3%		20.0%		15.4%		28.6%	9.1%		20.0%	18.2%	60.0%	
DE 200 A 250 GRAMOS	17	3				3		2	4		3	2		
	16.2%	20.0%				23.1%		28.6%	36.4%		30.0%	18.2%		
300 GRAMOS	2					2								
	1.9%					15.4%								
DE 500 A 600 GRAMOS	21	4	1	4				3	1	2	3	3		
	20.0%	26.7%	100.0%	80.0%				42.9%	9.1%	16.7%	30.0%	27.3%		
DE 750 A 1000 GRAMOS	42	5			2	10	4	4	2	7	5	2	1	
	40.0%	33.3%			100.0%	76.9%	33.3%	57.1%	18.2%	58.3%	50.0%	18.2%	20.0%	
MAS DE 1000 GRAMOS	4								2				2	
	3.8%								18.2%				40.0%	
NO MIDE	1	1												
	1.0%	6.7%												
OTROS	31	3	1	2	2	3	3	2	5	3	1	5		1
	29.5%	20.0%	100.0%	40.0%	100.0%	23.1%	25.0%	28.6%	45.5%	25.0%	10.0%	45.5%		100.0%
TOTAL.....	105	15	1	5	2	13	12	7	11	12	10	11	5	1
	220.0%	186.7%	200.0%	180.0%	300.0%	238.5%	216.7%	257.1%	245.5%	158.3%	250.0%	281.8%	160.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 29.3

TABLA Nº: 34 Frecuencia de Uso

	TOTAL	OCD												
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMOROS	ASOFRUTEEC	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOPLAMORA
CADA 8 DIAS	3	1				1						1		
	3.1%	6.3%				8.3%						9.1%		
CADA 15 DIAS	12				1	4		4	2				1	
	12.2%				50.0%	33.3%		66.7%	16.7%				20.0%	
CADA 20 DIAS	9				1		2	1	5					
	9.2%				50.0%		20.0%	16.7%	41.7%					
MENSUAL	16	2		1		1	3	2		1	1	4	1	
	16.3%	12.5%		20.0%		8.3%	30.0%	33.3%		14.3%	10.0%	36.4%	20.0%	
CADA 2 MESES	35	3		1		4	8	1	3	1	1	13		
	35.7%	18.8%		20.0%		33.3%	80.0%	16.7%	25.0%	14.3%	10.0%	118.2%		
CADA 3 MESES	59	13		2	2	5	9	2	8	2	11	5		
	60.2%	81.3%		40.0%	100.0%	41.7%	90.0%	33.3%	66.7%	28.6%	110.0%	45.5%		
CADA 4 MESES	16	3	1	1				2	2		3	3	1	
	16.3%	18.8%	100.0%	20.0%				33.3%	16.7%		30.0%	27.3%	20.0%	
CADA 5 MESES	5					2								
	5.1%					16.7%								
CADA 6 MESES	38	5		4		2	5	4	5			1		
	38.8%	31.3%		80.0%	100.0%	58.3%	10.0%	66.7%	41.7%		40.0%	45.5%	20.0%	
CADA AÑO	7													1
	7.1%					33.3%				14.3%			20.0%	100.0%
ESPORADICO	4								1					
	4.1%								8.3%	42.9%				
NINGUNA	3													
	3.1%										30.0%			
OTROS	9	2	1				1		3	2				

	9.2%	12.5%	100.0%				10.0%		25.0%	28.6%				
TOTAL.....	98	16	1	5	2	12	10	6	12	17	10	11	5	1
	220.4%	181.3%	200.0%	180.0%	300.0%	233.3%	240.0%	266.7%	241.7%	142.9%	230.0%	281.8%	160.0%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 29.4

**TABLA N°: 35** Herramientas Utilizadas para el Control de Maleza

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP	JARDIMORA	AGRIMORA
DEROXAN	12	1				1		5	3		1		1
	14.0%	8.3%				12.5%		166.7%	23.1%		10.0%		16.7%
TUPAS/ TOPAS	12			1		2	3		2			3	1
	14.0%			20.0%		25.0%	27.3%		15.4%			25.0%	16.7%
QUMICO	5	1		1			3						
	5.8%	8.3%		20.0%			27.3%						
FUNGICIDA	7										7		
	8.1%										70.0%		
BENLATE	3	1				1						1	
	3.5%	8.3%				12.5%						8.3%	
TIJERAS	11	1		2		1		1	4			1	1
	12.8%	8.3%		40.0%		12.5%		33.3%	30.8%			8.3%	16.7%
TOPSUL	1										1		
	1.2%										10.0%		
AMBIL	53	5		3	2	5	7	2	7	2	4	12	4
	61.6%	41.7%		60.0%	100.0%	62.5%	63.6%	66.7%	53.8%	66.7%	40.0%	100.0%	66.7%
GLOSAL	1											1	
	1.2%											8.3%	
UREA	1								1				
	1.2%								7.7%				
ESPECIFICO	4					3							1
	4.7%					37.5%							16.7%
SULFOCALACO	4					1				2			1
	4.7%					12.5%				66.7%			16.7%
VENENO	3								1		1		1
	3.5%								7.7%		10.0%		16.7%
FARADAN	10	1					4		2		1		2
	11.6%	8.3%					36.4%		15.4%		10.0%		33.3%
LORVAN	4	1					1				1		1
	4.7%	8.3%					9.1%				10.0%		16.7%
MANZATE	3	1				1	1						
	3.5%	8.3%				12.5%	9.1%						
CREOLINA	2								2				
	2.3%								15.4%				
OTROS	74	15	4	4	2	7	4	1	8	1	10	17	1
	86.0%	125.0%	400.0%	80.0%	100.0%	87.5%	36.4%	33.3%	61.5%	33.3%	100.0%	141.7%	16.7%
TOTAL.....	86	12	1	5	2	8	11	3	13	3	10	12	6
	244.2%	225.0%	400.0%	220.0%	200.0%	275.0%	209.1%	300.0%	230.8%	166.7%	260.0%	291.7%	233.3%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 30

**TABLA N°: 36** Frecuencia para el Control de Maleza

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPA	JARDIMORA	AGRIMORA
PERMANENTE	11							2	1	7	1		
	11.2%							40.0%	7.7%	116.7%	10.0%		
CADA 8 DIAS	3	1				1					1		
	3.1%	7.1%				11.1%					10.0%		
CADA 15 DIAS	32	2			2	3	1	2	4		8	10	
	32.7%	14.3%			100.0%	33.3%	10.0%	40.0%	30.8%		80.0%	71.4%	
CADA 20 DIAS	18						2	1	8		1	3	3
	18.4%						20.0%	20.0%	61.5%		10.0%	21.4%	37.5%
CADA MES	52	10		4		4	5		9		3	9	8
	53.1%	71.4%		80.0%		44.4%	50.0%		69.2%		30.0%	64.3%	100.0%
CADA 2 MESES	47	5	4	4		9	6	5	2		2	8	2
	48.0%	35.7%	200.0%	80.0%		100.0%	60.0%	100.0%	15.4%		20.0%	57.1%	25.0%
CADA 3 MESES	9	2		1		1	1			3		1	
	9.2%	14.3%		20.0%		11.1%	10.0%			50.0%		7.1%	
CADA 4 MESES	16	4	1		2		1				5	1	2
	16.3%	28.6%	50.0%		100.0%		10.0%				50.0%	7.1%	25.0%
CADA 5 MESES	1												1
	1.0%												12.5%
CADA 6 MESES	8			1			1				2	4	
	8.2%			20.0%			10.0%				20.0%	28.6%	
CADA 10 MESES	1					1							
	1.0%					11.1%							
CADA AÑO	2										1		1
	2.0%										10.0%		12.5%
ESPORADICO	10	4				2	2			2			
	10.2%	28.6%				22.2%	20.0%			33.3%			
CUANDO APARECE	17	7		1				1	4			3	1
	17.3%	50.0%		20.0%				20.0%	30.8%			21.4%	12.5%
OTRAS	8	1				3		4					
	8.2%	7.1%				33.3%		80.0%					
TOTAL .....	98	14	2	5	2	9	10	5	13	6	10	14	8
	1239.8%	257.1%	250.0%	220.0%	200.0%	266.7%	190.0%	300.0%	215.4%	200.0%	240.0%	278.6%	225.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 30.1

**TABLA N°: 37** Tipo de Planteo Realizado

	TOTAL...
MANUAL	124
	89.9%
HERRAMIENTA	14
	10.1%
TOTAL.....	138
	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 31

**TABLA N°: 38 Frecuencia de Planteo**

	TOTAL...	MANUAL...	HERRAMIE
SEMANAL	3	3	
	2.2%	2.5%	
CADA 10 DIAS	1	1	
	.7%	.8%	
CADA 15 DIAS	4	4	
	3.0%	3.3%	
CADA MES	24	21	3
	17.9%	17.4%	23.1%
MAS DE 1 MES A 2 MESES	28	27	1
	20.9%	22.3%	7.7%
MAS DE 2 A 3 MESES	36	31	5
	26.9%	25.6%	38.5%
MAS DE 3 A 5 MESES	20	19	1
	14.9%	15.7%	7.7%
MAS DE 5 A 8 MESES	11	10	1
	8.2%	8.3%	7.7%
MAS DE 8 MESES	1	1	
	.7%	.8%	
OTROS	6	4	2
	4.5%	3.3%	15.4%
TOTAL.....	134	121	13
	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE: Total Entrevistas**

**PREGUNTA: 31.1**

**TABLA N°: 39 Enfermedades que mas Atacan a los Cultivos**

	TOTAL	OCD													
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOGRUPEC	JARDIMORA	AGRIMORA	ASOPLAMORA	
BOTRITIS	57	9	1	1	1	6	4	8	3	10	6	5	3		
	43.8%	50.0%	50.0%	20.0%	33.3%	46.2%	30.8%	100.0%	21.4%	71.4%	50.0%	35.7%	27.3%		
TUNA NEGRA	74	12	2	2	1	8	7	4	7	9	5	13	4		
	56.9%	66.7%	100.0%	40.0%	33.3%	61.5%	53.8%	50.0%	50.0%	64.3%	41.7%	92.9%	36.4%		
CRISPERA	95	14	1	4	3	11	11	5	10	12	7	12	5		
	73.1%	77.8%	50.0%	80.0%	100.0%	84.6%	84.6%	62.5%	71.4%	85.7%	58.3%	85.7%	45.5%		
PERONOSPORA	25	3					2	2		9	2	4	3		
	19.2%	16.7%					15.4%	25.0%		64.3%	16.7%	28.6%	27.3%		
PICUDO	45	5	1	1		6	4	3	7	7	3	3	5		
	34.6%	27.8%	50.0%	20.0%		46.2%	30.8%	37.5%	50.0%	50.0%	25.0%	21.4%	45.5%		
PASADOR DE TALLO	22	2		3	2	4			1	2	5		3		
	16.9%	11.1%		60.0%		15.4%	30.8%		7.1%	14.3%	41.7%		27.3%		
PERLA	19	3				2	2		1		5	4	1	1	
	14.6%	16.7%				15.4%	15.4%		7.1%		41.7%	28.6%	9.1%	33.3%	
COMEDORES DE FOLLAJE	23	1				4	1	2	2	9	3		1		

	17.7%	5.6%				30.8%	7.7%	25.0%	14.3%	64.3%	25.0%		9.1%	
MOSCA DE LA FRUTA	6									2	4			
	4.6%									16.7%	28.6%			
PIJOJOS	2								1	1				
	1.5%								7.1%	8.3%				
HORMIGA	2									1	1			
	1.5%									8.3%	9.1%			
OTROS	2	1						1						
	1.5%	5.6%						7.1%						
NINGUNA	4							1	1				2	
	3.1%							7.1%	7.1%				66.7%	
TOTAL .....	130	18	2	5	3	13	13	8	14	14	12	14	11	3
	289.2%	277.8%	250.0%	220.0%	166.7%	300.0%	269.2%	300.0%	235.7%	428.6%	333.3%	321.4%	236.4%	100.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 33

## TABLA N°: 40 Tipo de Control Usado

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP EC	JARDIMORA	AGRIMORA
PODA	50	11	4			3	5	5		17	1	3	1
	41.7%	61.1%	200.0%			25.0%	38.5%	62.5%		130.8%	10.0%	21.4%	10.0%
QUIMICO	141	12		6	4	12	12	7	17	6	20	30	15
	117.5%	66.7%		120.0%	200.0%	100.0%	92.3%	87.5%	130.8%	46.2%	200.0%	214.3%	150.0%
MANUAL	17	1		3		2	4	3	2			1	1
	14.2%	5.6%		60.0%		16.7%	30.8%	37.5%	15.4%			7.1%	10.0%
SACAR MATA AFECTADA	5	3					1				1		
	4.2%	16.7%					7.7%				10.0%		
ORGANICO	21	5				10			2	1	2		1
	17.5%	27.8%				83.3%			15.4%	7.7%	20.0%		10.0%
FUMIGADO	6								4	1	1		
	5.0%								30.8%	10.0%	7.1%		
TIJERA	2							1				1	
	1.7%							12.5%				7.1%	
MECANICO	18	3				4	6		2			3	
	15.0%	16.7%				33.3%	46.2%		15.4%			21.4%	
VENENO	1										1		
	.8%										10.0%		
DEJA QUE LA MATA SE MUERA	1						1						
	.8%						7.7%						
OTRAS	19	4	1	1			2		6	1	3	1	
	15.8%	22.2%	50.0%	20.0%			15.4%		46.2%	7.7%	30.0%	7.1%	
NINGUNO	56	11		1		2	2	8	2	22		3	5
	46.7%	61.1%		20.0%		16.7%	15.4%	100.0%	15.4%	169.2%		21.4%	50.0%
TOTAL .....	120	18	2	5	2	12	13	8	13	13	10	14	10
	280.8%	277.8%	250.0%	220.0%	200.0%	275.0%	253.8%	300.0%	238.5%	392.3%	290.0%	307.1%	230.0%

BASE: Total Entrevistas

PREGUNTA: 33.1

## TABLA N°:41 Producto Utilizado

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUP EC	JARDIMORA	AGRIMORA
DEROXAN	12	1				1		5	3		1		1
	14.0%	8.3%				12.5%		166.7%	23.1%		10.0%		16.7%

TUPAS/ TOPAS	12			1	2	3		2			3	1
	14.0%			20.0%	25.0%	27.3%		15.4%			25.0%	16.7%
QUMICO	5	1		1		3						
	5.8%	8.3%		20.0%		27.3%						
FUNGICIDA	7									7		
	8.1%									70.0%		
BENLATE	3	1			1						1	
	3.5%	8.3%			12.5%						8.3%	
TIJERAS	11	1		2	1	1	4				1	1
	12.8%	8.3%		40.0%	12.5%	33.3%	30.8%				8.3%	16.7%
TOPSUL	1									1		
	1.2%									10.0%		
AMBIL	53	5		3	2	5	7	2	7	2	4	12
	61.6%	41.7%		60.0%	100.0%	62.5%	63.6%	66.7%	53.8%	66.7%	40.0%	100.0%
GLOSAL	1											1
	1.2%										8.3%	
UREA	1								1			
	1.2%								7.7%			
ESPECIFICO	4					3						1
	4.7%					37.5%						16.7%
SULFOCALACO	4					1				2		1
	4.7%					12.5%				66.7%		16.7%
VENENO	3								1		1	1
	3.5%								7.7%		10.0%	16.7%
FARADAN	10	1				4			2		1	2
	11.6%	8.3%				36.4%			15.4%		10.0%	33.3%
LORVAN	4	1				1					1	1
	4.7%	8.3%				9.1%					10.0%	16.7%
MANZATE	3	1				1	1					
	3.5%	8.3%				12.5%	9.1%					
CREOLINA	2								2			
	2.3%								15.4%			
OTROS	74	15	4	4	2	7	4	1	8	1	10	17
	86.0%	125.0%	400.0%	80.0%	100.0%	87.5%	36.4%	33.3%	61.5%	33.3%	100.0%	141.7%
TOTAL.....	86	12	1	5	2	8	11	3	13	3	10	12
	244.2%	225.0%	400.0%	220.0%	200.0%	275.0%	209.1%	300.0%	230.8%	166.7%	260.0%	291.7%

**BASE: Total Entrevistas**  
**PREGUNTA: 33.2**

**TABLA N°:42 Frecuencia de Control**

		TOTAL	OCD											
			ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMOS	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPEC	JARDIMORA	AGRIMORA
PERMANENTE		11							2	1	7	1		
		11.2%							40.0%	7.7%	116.7%	10.0%		
CADA 8 DIAS		3	1				1					1		
		3.1%	7.1%				11.1%					10.0%		
CADA 15 DIAS		32	2			2	3	1	2	4		8	10	
		32.7%	14.3%			100.0%	33.3%	10.0%	40.0%	30.8%		80.0%	71.4%	
CADA 20 DIAS		18						2	1	8		1	3	3
		18.4%						20.0%	20.0%	61.5%		10.0%	21.4%	37.5%
CADA MES		52	10		4		4	5		9		3	9	8
		53.1%	71.4%		80.0%		44.4%	50.0%		69.2%		30.0%	64.3%	100.0%
CADA 2 MESES		47	5	4	4		9	6	5	2		2	8	2

	48.0%	35.7%	200.0%	80.0%		100.0%	60.0%	100.0%	15.4%		20.0%	57.1%	25.0%
CADA 3 MESES	9	2		1		1	1		3		1		
	9.2%	14.3%		20.0%		11.1%	10.0%		50.0%		7.1%		
CADA 4 MESES	16	4	1		2		1			5	1	2	
	16.3%	28.6%	50.0%		100.0%		10.0%			50.0%	7.1%	25.0%	
CADA 5 MESES	1											1	
	1.0%											12.5%	
CADA 6 MESES	8			1			1			2	4		
	8.2%			20.0%			10.0%			20.0%	28.6%		
CADA 10 MESES	1					1							
	1.0%					11.1%							
CADA AÑO	2									1		1	
	2.0%									10.0%		12.5%	
ESPORADICO	10	4				2	2		2				
	10.2%	28.6%				22.2%	20.0%		33.3%				
CUANDO APARECE	17	7		1				1	4		3	1	
	17.3%	50.0%		20.0%				20.0%	30.8%		21.4%	12.5%	
OTRAS	8	1				3		4					
	8.2%	7.1%				33.3%		80.0%					
TOTAL.....	98	14	2	5	2	9	10	5	13	6	10	14	8
	239.8%	257.1%	250.0%	220.0%	200.0%	266.7%	190.0%	300.0%	215.4%	200.0%	240.0%	278.6%	225.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 33.3**

**TABLA N°: 43** Que hace con los Residuos de Poda Enfermo.

LO DEJA EN LOTE	104
	77.0%
LO QUEMA	30
	22.2%
LO SACA	1
	.7%
TOTAL	135
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 34**

**TABLA N°: 44** ¿Cada Cuanto Cosecha?

UNA VEZ POR SEMANA	62
	45.9%
DOS VECES POF SEMANA	31
	23.0%
CADA DOS SEMANAS	38
	28.1%
TOTAL	135
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 35**

**TABLA N°: 45** Tipo de Empaque

	TOTAL...
CANASTILLA PLASTICA	44
	34.6%
CAJA DE MADERA	86



	67.7%
TARRO PLASTICO	14
	11.0%
OTRO	5
	3.9%
TOTAL.....	127
	117.3%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 36**

**TABLA N°: 46** Medio de transporte (Finca al centro de Venta en la Vereda)

AL HOMBRO	80
	61.1%
A CABALLO	37
	28.2%
EN CARRO	4
	3.1%
TOTAL	131
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 37**

**TABLA N°: 47** Donde Realiza la Selección de la Fruta

NINGUNA	26
	20.0%
DIRECTAMENTE	95
EN EL LOTE	73.1%
CENTRO DE	7
ACOPIO	5.4%
TOTAL	130
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 38**

**TABLA N°: 48** Lleva algún Tipo de Control

NINGUNO	84
	63.6%
DE PRODUCCION	40
	30.3%
DE INSUMOS	26
	19.7%
MANO DE OBRA	23
	17.4%
DE LABORES	24
	18.2%
TOTAL	132
	152.3%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 40**

**TABLA N°: 49 Transformaciones de Producto**

	TOTAL...
NINGUNA	126
	96.9%
YOGURT	4
	3.1%
TOTAL.....	130
	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 41

**TABLA N°: 50 A quien Vende su Producto**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA	ASOPAS	ACEP	ASOFLAMORA	ASOPREVENUS	FAMIMORA	PREAMAN	ASOFRUMO	ASOFRUTEROS	ASOAGRUPEC	JARDIMORA	AGRIMORA
INTERMEDIARIO	58	5		3	4	8	4	3	10	4	7	9	1
	44,3%	31,3%		60,0%	57,1%	61,5%	28,6%	37,5%	62,5%	28,6%	58,3%	60,0%	11,1%
PLAZA DE MERCADO	18	5		1			2		2	1	4	1	2
	13,7%	31,3%		20,0%			14,3%		12,5%	7,1%	33,3%	6,7%	22,2%
INDUSTRIA	8	1	1				2		1	1	1	1	
	6,1%	6,3%	50,0%				14,3%		6,3%	7,1%	8,3%	6,7%	
OCD	70	9	1	2	3	4	10	7	4	9	4	11	6
	53,4%	56,3%	50,0%	40,0%	42,9%	30,8%	71,4%	87,5%	25,0%	64,3%	33,3%	73,3%	66,7%
OTRO	3					2			1				
	2,3%					15,4%			6,3%				
TOTAL.....	131	16	2	5	7	13	14	8	16	14	12	15	9
	119,8%	125,0%	100,0%	120,0%	100,0%	107,7%	128,6%	125,0%	112,5%	107,1%	133,3%	146,7%	100,0%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 42

**TABLA N°: 51 Ruta de Comercialización Industria**

RUTA	TOTAL	OCD											
		Asomora	Asopas	Acep	Asoflamora	Asoprovenus	Famimora	Preaman	Asofrumo	Asofruteros	Asoagrupec	Jardimora	Agrimora
Productor - OCD- Industria	67	11	1	2	3	2	9	8	2	12	4	7	6
	65.7%	68.8%	33.3%	50.0%	75.0%	40.0%	81.8%	100.0%	18.2%	92.3%	50.0%	70.0%	66.7%
Productor - Intermediario- Industria	34	5	1	2	1	3	2		9	1	4	3	3
	33.3%	31.3%	33.3%	50.0%	25.0%	60.0%	18.2%		81.8%	7.7%	50.0%	30.0%	33.3%
Productor -OCD- Intermediario- Industria	1		1										
	1.0%		33.3%										
TOTAL	102	16	3	4	4	5	11	8	11	13	8	10	9
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas  
**PREGUNTA:** 43.1

**TABLA N°: 52 Ruta de Comercialización Mercado Fresco**

RUTA	TOTAL	OCD											
		Asomora	Asopas	Acep	Asoflamora	Asoprovenus	Famimora	Preaman	Asofrumo	Asofruteros	Asoagrupec	Jardimora	Agrimora
Productor-inter-may-consumidor	46	5	1	3	2	4	4	2	5	2	7	6	5
	46.5%	29.4%	33.3%	60.0%	40.0%	44.4%	33.3%	33.3%	50.0%	66.7%	70.0%	54.5%	62.5%
Productor-OCD-inter-consumidor	36	10	2	1	2	3	7	4	1			5	1
	36.4%	58.8%	66.7%	20.0%	40.0%	33.3%	58.3%	66.7%	10.0%			45.5%	12.5%
Productor-OCD-consumidor	11			1	1		1		3	1	2		2
	11.1%			20.0%	20.0%		8.3%		30.0%	33.3%	20.0%		25.0%
Otra	6	2				2			1		1		
	6.1%	11.8%				22.2%			10.0%		10.0%		
TOTAL	99	17	3	5	5	9	12	6	10	3	10	11	8
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** 43.2



## TABLAS CON CRUCES:

**TABLA N°:53** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario “Alianza”

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	ASOCIACION DE PADRES DE FAMILIA	ASOFRU TEROS	OCO	ASOMORA	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	142	46	41		11	9	1	31
		87.7%	83.6%	87.2%		100.0%	90.0%	100.0%	91.2%
	CREDITOS	85	28	22		9	5	1	20
		52.5%	50.9%	46.8%		81.8%	50.0%	100.0%	58.8%
	DESARROLLO PERSONAL	81	23	23	1	11	5		17
		50.0%	41.8%	48.9%	100.0%	100.0%	50.0%		50.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	83	26	24		8	4	1	17
		51.2%	47.3%	51.1%		72.7%	40.0%	100.0%	50.0%
	COMERCIALIZACION	62	26	14		4	5		10
		38.3%	47.3%	29.8%		36.4%	50.0%		29.4%
	OTROS	8	1	5	1				1
		4.9%	1.8%	10.6%	100.0%				2.9%
	TOTAL	162	55	47	1	11	10	1	34
		284.6%	272.7%	274.5%	200.0%	390.9%	280.0%	300.0%	282.4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.1** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asomora)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OCO	ASOMORA	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	17	6	7	1	1	1
		89.5%	85.7%	87.5%	100.0%	100.0%	100.0%
	CREDITOS	7	3	2		1	1
		36.8%	42.9%	25.0%		100.0%	100.0%
	DESARROLLO PERSONAL	4	2	1			
		21.1%	28.6%	12.5%			
	INCREMENTO DE INGRESOS	10	4	4		1	
		52.6%	57.1%	50.0%		100.0%	
	COMERCIALIZACION	8	4	3			
		42.1%	57.1%	37.5%			
	OTROS	2		2			
		10.5%		25.0%			
	TOTAL	19	7	8	1	1	1
		252.6%	271.4%	237.5%	100.0%	300.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.2** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asopas)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	ASOCIACION DE PADRES DE FAMILIA	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	6	2	1		3
		75.0%	100.0%	100.0%		75.0%
	CREDITOS	3		1		2
		37.5%		100.0%		50.0%
	DESARROLLO PERSONAL	4	1		1	2
		50.0%	50.0%		100.0%	50.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	4		1		3
		50.0%		100.0%		75.0%
	COMERCIALIZACION	3	2			1
		37.5%	100.0%			25.0%
	OTROS	2			1	1
		25.0%			100.0%	25.0%
	TOTAL	8	2	1	1	4
		275.0%	250.0%	300.0%	200.0%	300.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.3** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Acep)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	13	9	3	1
		92.9%	90.0%	100.0%	100.0%
	CREDITOS	10	6	3	1
		71.4%	60.0%	100.0%	100.0%
	DESARROLLO PERSONAL	6	3	2	1
		42.9%	30.0%	66.7%	100.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	8	5	3	
		57.1%	50.0%	100.0%	
	COMERCIALIZACION	5	4		1
		35.7%	40.0%		100.0%
	TOTAL	14	10	3	1
		300.0%	270.0%	366.7%	400.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.4** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asoflomora)

	TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OCO	OTRAS
\$P8 ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	11 91.7%	2 100.0%	3 100.0%	2 100.0%	4 80.0%
CREDITOS	5 41.7%	1 50.0%	1 33.3%		3 60.0%
DESARROLLO PERSONAL	5 41.7%	1 50.0%	1 33.3%	1 50.0%	2 40.0%
INCREMENTO DE INGRESOS	6 50.0%		2 66.7%	1 50.0%	3 60.0%
COMERCIALIZACION	6 50.0%		2 66.7%	2 100.0%	2 40.0%
TOTAL	12 275.0%	2 200.0%	3 300.0%	2 300.0%	5 280.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.5** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asoprovenus)

	TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OCO	OTRAS
\$P8 ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	14 93.3%	3 100.0%	5 83.3%	1 100.0%	5 100.0%
CREDITOS	9 60.0%	1 33.3%	5 83.3%	1 100.0%	2 40.0%
DESARROLLO PERSONAL	12 80.0%	3 100.0%	5 83.3%	1 100.0%	3 60.0%
INCREMENTO DE INGRESOS	9 60.0%	2 66.7%	4 66.7%	1 100.0%	2 40.0%
COMERCIALIZACION	3 20.0%	1 33.3%	1 16.7%		1 20.0%
OTROS	1 6.7%		1 16.7%		
TOTAL	15 320.0%	3 333.3%	6 350.0%	1 400.0%	5 260.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)



**TABLA N°: 53.6** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Famimora)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OCO	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	13	3	3	3	4
		86.7%	75.0%	75.0%	100.0%	100.0%
	CREDITOS	8	3	1	2	2
		53.3%	75.0%	25.0%	66.7%	50.0%
	DESARROLLO PERSONAL	10	3	2	2	3
		66.7%	75.0%	50.0%	66.7%	75.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	5	2		1	2
		33.3%	50.0%		33.3%	50.0%
	COMERCIALIZACION	7	1	2	1	3
		46.7%	25.0%	50.0%	33.3%	75.0%
	TOTAL	15	4	4	3	4
		286.7%	300.0%	200.0%	300.0%	350.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.7** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Preaman)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	6	2	1	1
		66.7%	50.0%	100.0%	50.0%
	CREDITOS	4	2		2
		44.4%	50.0%		100.0%
	DESARROLLO PERSONAL	4	2	1	1
		44.4%	50.0%	100.0%	50.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	5	1	1	1
		55.6%	25.0%	100.0%	50.0%
	COMERCIALIZACION	7	3	1	1
		77.8%	75.0%	100.0%	50.0%
	TOTAL	9	4	1	2
		288.9%	250.0%	400.0%	300.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.8** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asofrumo)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	18	3	9	6
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	CREDITOS	10	2	4	4
		55.6%	66.7%	44.4%	66.7%
	DESARROLLO PERSONAL	8	1	4	3
		44.4%	33.3%	44.4%	50.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	10	2	4	4
		55.6%	66.7%	44.4%	66.7%
	COMERCIALIZACION	3	1	1	1
		16.7%	33.3%	11.1%	16.7%
	OTROS	1		1	
		5.6%		11.1%	
	TOTAL	18	3	9	6
		277.8%	300.0%	255.6%	300.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.9** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asofruteros)

		TOTAL...	JUNTA DE ACCION COMUNAL	ASOFRUTEROS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	13	2	11
		92.9%	66.7%	100.0%
	CREDITOS	9		9
		64.3%		81.8%
	DESARROLLO PERSONAL	13	2	11
		92.9%	66.7%	100.0%
	INCREMENTO DE INGRESOS	9	1	8
		64.3%	33.3%	72.7%
	COMERCIALIZACION	6	2	4
		42.9%	66.7%	36.4%
	TOTAL	14	3	11
		357.1%	233.3%	390.9%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.10** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Asoagropec)

	TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OTRAS
\$P8 ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	9 69.2%	4 66.7%	3 60.0%	2 100.0%
CREDITOS	5 38.5%	3 50.0%	2 40.0%	
DESARROLLO PERSONAL	8 61.5%	4 66.7%	3 60.0%	1 50.0%
INCREMENTO DE INGRESOS	6 46.2%	4 66.7%	2 40.0%	
COMERCIALIZACION	4 30.8%	3 50.0%	1 20.0%	
OTROS	1 7.7%		1 20.0%	
TOTAL	13 253.8%	6 300.0%	5 240.0%	2 150.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.11** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Jardimora)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OCO	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	12	6	1	2	3
		85.7%	85.7%	100.0%	66.7%	100.0%
	CREDITOS	9	5		2	2
		64.3%	71.4%		66.7%	66.7%
	DESARROLLO PERSONAL	4	2		1	1
		28.6%	28.6%		33.3%	33.3%
	INCREMENTO DE INGRESOS	4	2		1	1
		28.6%	28.6%		33.3%	33.3%
	COMERCIALIZACION	7	4	1	2	
		50.0%	57.1%	100.0%	66.7%	
TOTAL		14	7	1	3	3
		257.1%	271.4%	200.0%	266.7%	233.3%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 53.12** Motivos de Vinculación a la OCD vs. Grupo Comunitario (OCD Agrimora)

		TOTAL...	NINGUNO	JUNTA DE ACCION COMUNAL	OTRAS
\$P8	ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	10	6	3	1
		90.9%	85.7%	100.0%	100.0%
	CREDITOS	6	2	3	1
		54.5%	28.6%	100.0%	100.0%
	DESARROLLO PERSONAL	3	1	2	
		27.3%	14.3%	66.7%	
	INCREMENTO DE INGRESOS	7	4	2	1
		63.6%	57.1%	66.7%	100.0%
	COMERCIALIZACION	3	3		
		27.3%	42.9%		
	OTROS	1	1		
		9.1%	14.3%		
TOTAL		11	7	3	1
		272.7%	242.9%	333.3%	300.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (8-5)

**TABLA N°: 54** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia “Alianza”

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	7 MESES A 9 MESES	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS	MAS DE 8 A 11 AÑOS	MAS DE 11 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	47	12	8	5	12	5	2	2
		67.1%	85.7%	72.7%	45.5%	66.7%	62.5%	100.0%	40.0%
	ASISTENTE	29	4	4	4	11	4		2
		41.4%	28.6%	36.4%	36.4%	61.1%	50.0%		40.0%
	OBSERVA	13	2	2	4	3	2		
		18.6%	14.3%	18.2%	36.4%	16.7%	25.0%		
	APORTA RECURSOS	16	4	3	2	3	3		1
		22.9%	28.6%	27.3%	18.2%	16.7%	37.5%		20.0%
	APORTA IDEAS	47	10	6	7	12	6	2	3
		67.1%	71.4%	54.5%	63.6%	66.7%	75.0%	100.0%	60.0%
	TOTAL	70	14	11	11	18	8	2	5
		217.1%	228.6%	209.1%	200.0%	227.8%	250.0%	200.0%	160.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 54.1** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asomora)

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS	MAS DE 11 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	5	1		2	2	
		55.6%	100.0%		100.0%	66.7%	
	ASISTENTE	4				3	1
		44.4%				100.0%	50.0%
	OBSERVA	2		1		1	
		22.2%		100.0%		33.3%	
	APORTA RECURSOS	3			1	1	1
		33.3%			50.0%	33.3%	50.0%
	APORTA IDEAS	7	1		2	3	1
		77.8%	100.0%		100.0%	100.0%	50.0%
	TOTAL	9	1	1	2	3	2
		233.3%	200.0%	100.0%	250.0%	333.3%	150.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 54.2** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asopas)

	TOTAL...	7 MESES A 9 MESES	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 11 AÑOS
\$P6 ORGANIZA	6	2	2	1	1
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
ASISTENTE	1			1	
	16.7%			100.0%	
APORTA RECURSOS	2		2		
	33.3%		100.0%		
APORTA IDEAS	6	2	2	1	1
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
TOTAL	6	2	2	1	1
	250.0%	200.0%	300.0%	300.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 54.4** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asoflomora)

	TOTAL...	6 MESES O MENOS	7 MESES A 9 MESES	MAS DE 1 A 2 AÑOS
\$P6 ORGANIZA	4	1	2	1
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
APORTA RECURSOS	1		1	
	25.0%		50.0%	
APORTA IDEAS	2		1	1
	50.0%		50.0%	100.0%
TOTAL	4	1	2	1
	175.0%	100.0%	200.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 54.5** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asoprovenus)

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	7 MESES A 9 MESES	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 11 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	6	3	1	2	
		85.7%	100.0%	100.0%	100.0%	
	ASISTENTE	3	1		1	1
		42.9%	33.3%		50.0%	100.0%
	OBSERVA	2	1		1	
		28.6%	33.3%		50.0%	
	APORTA RECURSOS	2	1		1	
		28.6%	33.3%		50.0%	
	APORTA IDEAS	4	3		1	
		57.1%	100.0%		50.0%	
	TOTAL	7	3	1	2	1
		242.9%	300.0%	100.0%	300.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 54.6** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Famimora)

		TOTAL...	\$P11									
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	3	1	1	1		2	2		1	2	1
		21.4%	12.5%	14.3%	25.0%		50.0%	33.3%		20.0%	33.3%	33.3%
	QUE LA OCD APORTE RECURSOS	1	1					1			1	1
		7.1%	12.5%					16.7%			16.7%	33.3%
	HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	1					1					
		7.1%					25.0%					
	ORGANIZANDONOS	1					1					
		7.1%					25.0%					
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	2	2	2	2	1	1	1		2	1	1
		14.3%	25.0%	28.6%	50.0%	20.0%	25.0%	16.7%		40.0%	16.7%	33.3%
	AYUDA/ APOYO	1	1	1	1		1	1		1		1
		7.1%	12.5%	14.3%	25.0%		25.0%	16.7%		20.0%		33.3%
	BUSCAR PROYECTOS	3	2	3	1	1	1	2		1	1	1
		21.4%	25.0%	42.9%	25.0%	20.0%	25.0%	33.3%		20.0%	16.7%	33.3%
	OTRAS	5	3	2	1	3		1	1	2	1	
		35.7%	37.5%	28.6%	25.0%	60.0%		16.7%	100.0%	40.0%	16.7%	
	TOTAL	14	8	7	4	5	4	6	1	5	6	3
		121.4%	125.0%	128.6%	150.0%	100.0%	175.0%	133.3%	100.0%	140.0%	100.0%	166.7%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)



**TABLA N°: 54.7** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Preaman)

		TOTAL...	\$P11								
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	2	2					1	1		
		22.2%	33.3%					16.7%	50.0%		
	QUE LA OCD APORTE RECURSOS	1	1	1		1		1			1
		11.1%	16.7%	25.0%		25.0%		16.7%			50.0%
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	2	1	1		1	1			1	
		22.2%	16.7%	25.0%		25.0%	50.0%			25.0%	
	ASESORIA TECNICA	1	1	1		1		1			1
		11.1%	16.7%	25.0%		25.0%		16.7%			50.0%
	MANO DE OBRA	3	1	1	1	2	1	1		2	
		33.3%	16.7%	25.0%	50.0%	50.0%	50.0%	16.7%		50.0%	
	BUSCAR PROYECTOS	3	2	2	1	1	1	3	1	2	1
		33.3%	33.3%	50.0%	50.0%	25.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
TOTAL		9	6	4	2	4	2	6	2	4	2
		133.3%	133.3%	150.0%	100.0%	150.0%	150.0%	116.7%	100.0%	125.0%	150.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 54.8** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Preaman)

		TOTAL...	SP11									
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	8 44.4%	4 33.3%	3 50.0%	2 66.7%	4 57.1%	2 40.0%	3 30.0%	1 100.0%	2 40.0%	4 66.7%	4 57.1%
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	1 5.6%	1 8.3%			1 14.3%						
	QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	1 5.6%	1 8.3%					1 10.0%				1 14.3%
	APORTAR IDEAS	1 5.6%	1 8.3%					1 10.0%				1 14.3%
	HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	2 11.1%	2 16.7%				1 20.0%	2 20.0%				
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	3 16.7%	2 16.7%	3 50.0%				1 10.0%			2 33.3%	1 14.3%
	BUSCAR PROYECTOS	2 11.1%	1 8.3%	1 16.7%		1 14.3%	1 20.0%	1 10.0%		1 20.0%	1 16.7%	1 14.3%
	OTRAS	4 22.2%	3 25.0%	1 16.7%	1 33.3%	2 28.6%	1 20.0%	2 20.0%		2 40.0%		2 28.6%
	TOTAL	18 122.2%	12 125.0%	6 133.3%	3 100.0%	7 114.3%	5 100.0%	10 110.0%	1 100.0%	5 100.0%	6 116.7%	7 142.9%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 54.9** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Preaman)

		TOTAL...	P11										
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	OTRAS
P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	9	7	4	5	8	6	4	1	7	2	3	1
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	64.3%	63.6%	66.7%	55.6%	72.7%	66.7%	50.0%	25.0%	63.6%	66.7%	75.0%	100.0%
	ORGANIZANDONOS	1								1			
		7.1%								9.1%			
	BUSCAR PROYECTOS	5	5	2	5	5	5	5	3	5	2	1	
		35.7%	45.5%	33.3%	55.6%	45.5%	55.6%	62.5%	75.0%	45.5%	66.7%	25.0%	
		7	7	4	6	6	6	5	3	6	1	2	
		50.0%	63.6%	66.7%	66.7%	54.5%	66.7%	62.5%	75.0%	54.5%	33.3%	50.0%	
	TOTAL	14	11	6	9	11	9	8	4	11	3	4	1
		157.1%	172.7%	166.7%	177.8%	172.7%	188.9%	175.0%	175.0%	172.7%	166.7%	150.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 54.10** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Asoagropec)

		TOTAL...	SP11										
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	OTRAS
SP12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	4	3	1	2	3	2	2	1	3	2		
		30.8%	42.9%	50.0%	100.0%	42.9%	50.0%	33.3%	100.0%	50.0%	33.3%		
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	1	1			1				1			
		7.7%	14.3%			14.3%				16.7%			
	APORTAR IDEAS	1	1				1	1		1	1		
		7.7%	14.3%				25.0%	16.7%		16.7%	16.7%		
	ORGANIZANDONOS	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1		
		15.4%	28.6%	50.0%	100.0%	28.6%	50.0%	33.3%	100.0%	33.3%	16.7%		
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	1									1		
		7.7%									16.7%		
	ASESORIA TECNICA	1	1									1	
		7.7%	14.3%									25.0%	
	BUSCAR PROYECTOS	2	2	1		1	1	2			1	1	
	15.4%	28.6%	50.0%		14.3%	25.0%	33.3%			16.7%	25.0%		
OTRAS	4				3		1		2	1	2	1	
	30.8%				42.9%		16.7%		33.3%	16.7%	50.0%	100.0%	
TOTAL		13	7	2	2	7	4	6	1	6	6	4	1
		123.1%	142.9%	150.0%	200.0%	142.9%	150.0%	133.3%	200.0%	150.0%	116.7%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 54.11** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Jardimora)

		TOTAL...	\$P11											
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	COSTO DEL TRANSPORTE	OTRAS
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	5	5	3	2	2		3	1	2	2	1	1	
	QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	35.7%	50.0%	42.9%	33.3%	28.6%		33.3%	50.0%	33.3%	28.6%	100.0%	100.0%	1
	APORTAR IDEAS	1	1			1		1		1				100.0%
		7.1%	10.0%					11.1%		16.7%				
		1		1	1			1						
		7.1%		14.3%	16.7%			11.1%						
	HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	1			1			1			1			
	ORGANIZANDONOS	7.1%			16.7%			11.1%			14.3%			
		1	1	1		1	1	1	1	1	1			
		7.1%	10.0%	14.3%		14.3%	100.0%	11.1%		16.7%	14.3%			
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	1				1								
		7.1%				14.3%								
	MANO DE OBRA	1	1			1		1		1				1
		7.1%	10.0%			14.3%		11.1%		16.7%				100.0%
	BUSCAR PROYECTOS	2	1	1	1			2			1			
	14.3%	10.0%	14.3%	16.7%			22.2%			14.3%				
OTRAS	1	1			1			1	1	1				
	7.1%	10.0%			14.3%			50.0%	16.7%	14.3%				
NO SABE	1	1	1	1	1				1	1				
	7.1%	10.0%	14.3%	16.7%	14.3%				16.7%	14.3%				
TOTAL		14	10	7	6	7	1	9	2	6	7	1	1	1
		107.1%	110.0%	100.0%	100.0%	114.3%	100.0%	111.1%	100.0%	116.7%	100.0%	100.0%	100.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 54.12** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Agrimora)

**TABLA N°: 55** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda “Alianza”

		TOTAL...	SP11											
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	COSTO DEL TRANSPORTE	OTRAS
SP12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	61	40	22	23	33	19	36	7	28	27	15	1	4
		38.1%	42.1%	37.3%	44.2%	40.7%	38.8%	37.9%	50.0%	41.2%	38.0%	40.5%	50.0%	50.0%
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	7	4	1	1	4	1	3	1	3	1			1
		4.4%	4.2%	1.7%	1.9%	4.9%	2.0%	3.2%	7.1%	4.4%	1.4%			12.5%
	QUE LA OCD APORTE RECURSOS	13	8	4	1	4	2	9		3	4	6		1
		8.1%	8.4%	6.8%	1.9%	4.9%	4.1%	9.5%		4.4%	5.6%	16.2%		12.5%
	APORTAR IDEAS	7	4	2	3	2	2	5		3	2	2		
		4.4%	4.2%	3.4%	5.8%	2.5%	4.1%	5.3%		4.4%	2.8%	5.4%		
	HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	5	3		2	1	2	4			2			
		3.1%	3.2%		3.8%	1.2%	4.1%	4.2%			2.8%			
	ORGANIZANDONOS	12	10	5	7	9	9	10	4	9	6	3		
		7.5%	10.5%	8.5%	13.5%	11.1%	18.4%	10.5%	28.6%	13.2%	8.5%	8.1%		
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	29	16	16	12	13	11	14	2	16	16	4		2
		18.1%	16.8%	27.1%	23.1%	16.0%	22.4%	14.7%	14.3%	23.5%	22.5%	10.8%		25.0%
	ASESORIA TECNICA	3	3	2	1	2	1	2		1		2		
		1.9%	3.2%	3.4%	1.9%	2.5%	2.0%	2.1%		1.5%		5.4%		
	AYUDA/ APOYO	5	3	3	4	2	2	3	1	3	2	1		
		3.1%	3.2%	5.1%	7.7%	2.5%	4.1%	3.2%	7.1%	4.4%	2.8%	2.7%		
	MANO DE OBRA	9	6	4	4	6	3	6	1	3	5	4		1
		5.6%	6.3%	6.8%	7.7%	7.4%	6.1%	6.3%	7.1%	4.4%	7.0%	10.8%		12.5%
BUSCAR PROYECTOS	28	19	14	10	15	12	19	3	11	13	9			
	17.5%	20.0%	23.7%	19.2%	18.5%	24.5%	20.0%	21.4%	16.2%	18.3%	24.3%			
OTRAS	23	10	5	4	13	4	9	2	10	7	6	1	1	
	14.4%	10.5%	8.5%	7.7%	16.0%	8.2%	9.5%	14.3%	14.7%	9.9%	16.2%	50.0%	12.5%	
NO SABE	2	1	1	1	1		1		1	2				
	1.3%	1.1%	1.7%	1.9%	1.2%		1.1%		1.5%	2.8%				
NO HAY PROBLEMAS	1				1		1			1				
	.6%				1.2%		1.1%			1.4%				
TOTAL		160	95	59	52	81	49	95	14	68	71	37	2	8
		128.1%	133.7%	133.9%	140.4%	130.9%	138.8%	128.4%	150.0%	133.8%	123.9%	140.5%	100.0%	125.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 55.1** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Asomora)

		TOTAL...	SP11											
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	COSTO DEL TRANSPORTE	OTRAS
SP12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	7 38.9%	5 50.0%	4 50.0%	4 50.0%	5 55.6%	3 37.5%	6 42.9%		3 33.3%	6 50.0%	1 33.3%		1 50.0%
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	2 11.1%					1 12.5%	2 14.3%		1 11.1%				1 50.0%
	QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	2 11.1%						1 7.1%		1 11.1%		1 33.3%		
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	6 33.3%	4 40.0%	4 50.0%	3 37.5%	3 33.3%	3 37.5%	4 28.6%	2 100.0%	4 44.4%	5 41.7%			
	MANO DE OBRA	2 11.1%	2 20.0%	2 25.0%	2 25.0%	2 22.2%	1 12.5%	2 14.3%	1 50.0%	1 11.1%	2 16.7%	1 33.3%		
	BUSCAR PROYECTOS	2 11.1%	1 10.0%	1 12.5%	1 12.5%	1 11.1%	1 12.5%	1 7.1%		1 11.1%	2 16.7%			
	OTRAS	3 16.7%	1 10.0%	1 12.5%	1 12.5%	1 11.1%	1 12.5%	3 21.4%		1 11.1%	2 16.7%	1 33.3%	1 100.0%	
	TOTAL	18 133.3%	10 130.0%	8 150.0%	8 137.5%	9 133.3%	8 125.0%	14 135.7%	2 150.0%	9 133.3%	12 141.7%	3 133.3%	1 100.0%	2 100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)



**TABLA N°: 55.2** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Asopas)

		TOTAL...	\$P11								
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	3 37.5%	2 40.0%			2 33.3%	2 33.3%	2 40.0%	2 40.0%	1 33.3%	
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	3 37.5%	2 40.0%	2 66.7%	2 66.7%	3 50.0%	3 50.0%	2 40.0%	2 40.0%	2 66.7%	1 100.0%
	ASESORIA TECNICA	1 12.5%	1 20.0%	1 33.3%	1 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	1 20.0%	1 20.0%		
	AYUDA/ APOYO	1 12.5%	1 20.0%	1 33.3%	1 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	1 20.0%	1 20.0%		
	MANO DE OBRA	1 12.5%	1 20.0%	1 33.3%	1 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	1 20.0%	1 20.0%	1 33.3%	1 100.0%
	OTRAS	1 12.5%									
TOTAL		8 125.0%	5 140.0%	3 166.7%	3 166.7%	6 133.3%	6 133.3%	5 140.0%	5 140.0%	3 133.3%	1 200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

		TOTAL...	\$P11										
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	OTRAS
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	5	1			2		2	1	2	1		1
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	45.5%	50.0%			50.0%		40.0%	100.0%	66.7%	25.0%		100.0%
	QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	1	1			1			1			1	
	APORTAR IDEAS	9.1%	50.0%			25.0%			100.0%			100.0%	
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	2					1						
	AYUDA/ APOYO	18.2%				100.0%							
	MANO DE OBRA	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	BUSCAR PROYECTOS	18.2%	50.0%	50.0%	100.0%	25.0%	100.0%	20.0%		33.3%	25.0%		
	OTRAS	1								1	1		1
	NO SABE	9.1%								33.3%	25.0%		100.0%
	NO HAY PROBLEMAS	1								1			
	TOTAL	9.1%								33.3%		1	
		11	2	2	1	4	1	5	1	3	4	1	1
		154.5%	150.0%	100.0%	100.0%	125.0%	200.0%	100.0%	200.0%	166.7%	125.0%	300.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 55.3** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Acep)

		TOTAL...	SP11									
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA	OTRAS
SP12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	5 35.7%	4 44.4%	1 25.0%	1 25.0%	1 25.0%	1 33.3%	4 50.0%	2 25.0%	3 50.0%	2 66.7%	1 50.0%
	QUE LA OCD APORTE RECURSOS	1 7.1%	1 11.1%	1 25.0%				1 12.5%				
	APORTAR IDEAS	2 14.3%	1 11.1%		1 25.0%	1 25.0%		1 12.5%	1 12.5%		1 33.3%	
	ORGANIZANDONOS	1 7.1%	1 11.1%							1 16.7%	1 33.3%	
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	4 28.6%	2 22.2%	1 25.0%	1 25.0%	1 25.0%	1 33.3%	2 25.0%	4 50.0%	1 16.7%		1 50.0%
	BUSCAR PROYECTOS	1 7.1%	1 11.1%	1 25.0%						1 16.7%		
	OTRAS	1 7.1%			1 25.0%	1 25.0%	1 33.3%	1 12.5%	1 12.5%			
	TOTAL	14 107.1%	9 111.1%	4 100.0%	4 100.0%	4 100.0%	3 100.0%	8 112.5%	8 100.0%	6 100.0%	3 133.3%	2 100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 55.4** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Asoflomora)

		\$P11								
	TOTAL...	SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12 GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	3 25.0%	3 50.0%		2 50.0%	2 22.2%		2 28.6%	1 33.3%	2 25.0%	
QUE LA OCD APORTE RECURSOS	3 25.0%	2 33.3%	2 66.7%	1 25.0%	2 22.2%	1 33.3%	2 28.6%	1 33.3%	3 37.5%	
HACIENDO COMITES CON LA COMUNIDAD	1 8.3%	1 16.7%		1 25.0%	1 11.1%		1 14.3%		1 12.5%	
INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	3 25.0%	2 33.3%	1 33.3%	2 50.0%	2 22.2%	1 33.3%	3 42.9%	2 66.7%		
BUSCAR PROYECTOS	3 25.0%				3 33.3%	1 33.3%	1 14.3%		2 25.0%	
OTRAS	1 8.3%								1 12.5%	1 100.0%
TOTAL	12 116.7%	6 133.3%	3 100.0%	4 150.0%	9 111.1%	3 100.0%	7 128.6%	3 133.3%	8 112.5%	1 100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (11-12)

**TABLA N°: 55.5** Solución de Problemas mediante la OCD vs. Principales Problemas en la Vereda (OCD Asoprovenus)

		TOTAL...	\$P11									
			SALUD	EDUCACION	RECREACION	VIVIENDA	ORDEN PUBLICO	VIAS DE ACCESO	VECINALES	ECONOMICOS	VIAS DE COMUNICACION	SERVICIOS PUBLICOS/ ENERGIA
\$P12	GESTIONANDO ANTE INSTITUCIONES	7 46.7%	3 33.3%	5 71.4%	4 66.7%	4 50.0%	1 33.3%	5 45.5%	2 100.0%	2 40.0%	2 33.3%	3 42.9%
	CREDITOS/ ASIGNANDO CREDITOS	1 6.7%	1 11.1%	1 14.3%	1 16.7%	1 12.5%		1 9.1%			1 16.7%	
	QUE LA OCD APOORTE RECURSOS	1 6.7%	1 11.1%					1 9.1%				1 14.3%
	ORGANIZANDONOS	2 13.3%	1 11.1%	1 14.3%		1 12.5%		2 18.2%		1 20.0%	1 16.7%	1 14.3%
	INTEGRANDOSE/ UNIENDOSE	3 20.0%	1 11.1%	2 28.6%	2 33.3%	1 12.5%	1 33.3%	1 9.1%		1 20.0%	2 33.3%	1 14.3%
	AYUDA/ APOYO	2 13.3%	1 11.1%	1 14.3%	2 33.3%	1 12.5%		1 9.1%	1 50.0%		2 33.3%	
	MANO DE OBRA	1 6.7%	1 11.1%					1 9.1%				1 14.3%
	BUSCAR PROYECTOS	2 13.3%	2 22.2%			1 12.5%		2 18.2%		1 20.0%	1 16.7%	2 28.6%
	OTRAS	2 13.3%	2 22.2%			2 25.0%	1 33.3%	1 9.1%		1 20.0%	1 16.7%	
	TOTAL	15 140.0%	9 144.4%	7 142.9%	6 150.0%	8 137.5%	3 100.0%	11 136.4%	2 150.0%	5 120.0%	6 166.7%	7 128.6%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (12-11)

**TABLA N°: 55.6** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Famimora)

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	7 MESES A 9 MESES	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	1 16.7%			1 50.0%		
	ASISTENTE	3 50.0%	1 100.0%	1 100.0%		1 100.0%	
	APORTA IDEAS	3 50.0%			2 100.0%		1 100.0%
TOTAL		6 116.7%	1 100.0%	1 100.0%	2 150.0%	1 100.0%	1 100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-5)

**TABLA N°: 55.7** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Preaman)

	TOTAL...	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 8 A 11 AÑOS	MAS DE 11 AÑOS
\$P6 ORGANIZA	2		1	1
	66.7%		100.0%	100.0%
ASISTENTE	1	1		
	33.3%	100.0%		
APORTA IDEAS	3	1	1	1
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
TOTAL	3	1	1	1
	200.0%	200.0%	200.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 55.8** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asofrumo)

		TOTAL...	7 MESES A 9 MESES	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	8	1	2	3	2
		66.7%	50.0%	66.7%	60.0%	100.0%
	ASISTENTE	8	1	2	5	
		66.7%	50.0%	66.7%	100.0%	
	OBSERVA	4		2	2	
		33.3%		66.7%	40.0%	
	APORTA RECURSOS	3			1	2
		25.0%			20.0%	100.0%
	APORTA IDEAS	8		3	3	2
		66.7%		100.0%	60.0%	100.0%
	TOTAL	12	2	3	5	2
		258.3%	100.0%	300.0%	280.0%	300.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA N°: 55.9** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asofruteros)

		TOTAL...	1 AÑO	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 8 A 11 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	3		2	1
		60.0%		100.0%	100.0%
	ASISTENTE	2	2		
		40.0%	100.0%		
	APORTA IDEAS	3		2	1
		60.0%		100.0%	100.0%
	TOTAL	5	2	2	1
		160.0%	100.0%	200.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA 55.10** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Asoagropec)

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	MAS DE 1 A 2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS A 4 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	4	2		1
		66.7%	100.0%		50.0%
	ASISTENTE	2		1	1
		33.3%		100.0%	50.0%
	OBSERVA	1			1
		16.7%			50.0%
	APORTA IDEAS	2	1		
		33.3%	50.0%		
	TOTAL	6	2	1	2
		150.0%	150.0%	100.0%	150.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA 55.11.** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Jardimora)

		TOTAL...	MAS DE 1 A 2 AÑOS
\$P6	ORGANIZA	1	1
		100.0%	100.0%
	APORTA IDEAS	1	1
		100.0%	100.0%
	TOTAL	1	1
		200.0%	200.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)



**TABLA 55.12.** Papel que desempeñan en los Grupos vs. Tiempo de Pertenencia (OCD Agrimora)

		TOTAL...	6 MESES O MENOS	1 AÑO
\$P6	ORGANIZA	2	2	
		50.0%	66.7%	
	ASISTENTE	1	1	
		25.0%	33.3%	
	OBSERVA	2	1	1
		50.0%	33.3%	100.0%
	APORTA RECURSOS	1	1	
		25.0%	33.3%	
	APORTA IDEAS	3	3	
		75.0%	100.0%	
	TOTAL	4	3	1
		225.0%	266.7%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (6-7)

**TABLA 56.** Fuentes de Ingreso por OCD

P4	TOTAL	OCD											
		ASOMORA.	ASOPAS	ACEP	ASOFLO MORA	ASOPROV ENUS	FAMIMORA	PREAMAN.	ASOFRUMO	ASOFRUTE	ASOA GROPEC	JARDI MORA	AGRI MORA
0 A 1/2 SALARIO MINIMO	134	17	2	10	10	14	11	10	15	10	10		10
	84.3%	94.4%	28.6%	71.4%	90.9%	93.3%	73.3%	111.1%	83.3%	71.4%	76.9%	100.0%	100.0%
1/2 A 1 SALARIO MINIMO	25	3	2	4		2	4		2	2	4	2	
	15.7%	16.7%	28.6%	28.6%		13.3%	26.7%		11.1%	14.3%	30.8%	13.3%	
1 A 2 SALARIOS MINIMOS	12		2	1	1	1	1		1	2	2	1	
	7.5%		28.6%	7.1%	9.1%	6.7%	6.7%		5.6%	14.3%	15.4%	6.7%	
MAS DE 2 SALARIOS MINIMOS	9		2	1	1		1		3				1
	5.7%		28.6%	7.1%	9.1%		6.7%		16.7%				10.0%
TOTAL	159	18	7	14	11	15	15	9	18	14	13		10
	113.2%	111.1%	114.3%	114.3%	109.1%	113.3%	113.3%	111.1%	116.7%	100.0%	123.1%	0%	110.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** 4

**TABLA 57. Composición Familiar por OCD**

	TOTAL	OCD											
		ASOMORA.	ASOPAS..	ACEP	ASOFLA MORA	ASOPRE VENUS	FAMIMORA	PREAMAN.	ASOFRUMO	ASOFRU TEROS	ASOAGRO PEC	JARDI MORA	AGRI MORA
NUCLEAR	91	8	2	10	7	8	11	4	11	8	8	10	4
	59.9%	44.4%	40.0%	71.4%	58.3%	57.1%	78.6%	50.0%	64.7%	61.5%	61.5%	66.7%	44.4%
EXTENSA	23	5	1	2	1	3	2	3	3		1	1	1
	15.1%	27.8%	20.0%	14.3%	8.3%	21.4%	14.3%	37.5%	17.6%		7.7%	6.7%	11.1%
OTRO	38	5	2	2	4	3	1	1	3	5	4	4	4
	25.0%	27.8%	40.0%	14.3%	33.3%	21.4%	7.1%	12.5%	17.6%	38.5%	30.8%	26.7%	44.4%
TOTAL	152	18	5	14	12	14	14	8	17	13	13	15	9
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA: 3**

**TABLA 58. Motivos de Vinculación vs. Cumplimiento de dichas expectativas.**

	TOTAL	OCD																				
		ASOMORA		ASOPAS.		ACEP...		ASOFLAMO		ASOPREVE		FAMIMORA		PREAMAN.	ASOFRUMO		ASOFRUTERO S	ASOAGRUP	JARDIMOR		AGRIMORA	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO
ASESORIA TECNICA Y CAPACITACION	142	17		5	1	13		11		14		13		6	18		13	9	11	1	10	
	30.8%	40.5%		26.3%	33.3%	44.8%		52.4%		29.8%		33.3%		23.1%	41.9%		26.0%	27.3%	31.4%	100.0%	35.7%	
CREDITOS	85	7		3		3	7		5	8	1	7	1	4	8	2	9	5	9		5	
	18.4%	16.7%		15.8%		10.3%	53.8%		41.7%	17.0%	100.0%	17.9%	25.0%	15.4%	18.6%	28.6%	18.0%	15.2%	25.7%		17.9%	50.0%
DESARROLLO PERSONAL	81	4		4		6		5		12		9	1	4	7	1	13	8	4		3	
	17.6%	9.5%		21.1%		20.7%		23.8%		25.5%		23.1%	25.0%	15.4%	16.3%	14.3%	26.0%	24.2%	11.4%		10.7%	
INCREMENTO DE INGRESOS	83	7	3	3	1	5	3	3	3	9		5		5	6	4	9	6	4		7	
	18.0%	16.7%	50.0%	15.8%	33.3%	17.2%	23.1%	14.3%	25.0%	19.1%		12.8%		19.2%	14.0%	57.1%	18.0%	18.2%	11.4%		25.0%	
COMERCIALIZACION	62	6	2	2	1	2	3	2	4	3		5	2	7	3		6	4	7		2	
	13.4%	14.3%	33.3%	10.5%	33.3%	6.9%	23.1%	9.5%	33.3%	6.4%		12.8%	50.0%	26.9%	7.0%		12.0%	12.1%	20.0%		7.1%	50.0%
OTROS	8	1	1	2						1					1			1			1	
	1.7%	2.4%	16.7%	10.5%						2.1%					2.3%			3.0%			3.6%	
Total	461	42	6	19	3	29	13	21	12	47	1	39	4	26	43	7	50	33	35	1	28	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA**

	MUJER	HOMBRE	Total
0 A 4	24 8,7%	26 8,7%	50 8,7%
5 A 12	61 22,0%	68 22,8%	129 22,4%
13 A 18	43 15,5%	48 16,1%	91 15,8%
19 A 25	29 10,5%	31 10,4%	60 10,4%
26 O MAS	120 43,3%	125 41,9%	245 42,6%
Total	277 100,0%	298 100,0%	575 100,0%

**TABLA 59. Composición Familiar vs. Sexo y Edad.**

	MUJER						HOMBRE					
	0 A 4	5 A 12	13 A 18	19 A 25	26 O MAS	Total	0 A 4	5 A 12	13 A 18	19 A 25	26 O MAS	Total
NINGUNO	8 33,3%	8 13,1%	3 7,0%	3 10,3%	16 13,3%	38 13,7%	6 23,1%	10 14,7%	8 16,7%	9 29,0%	18 14,4%	51 17,1%
REGIMEN SUBSIDIADO	16 66,7%	48 78,7%	32 74,4%	25 86,2%	96 80,0%	217 78,3%	20 76,9%	56 82,4%	34 70,8%	18 58,1%	98 78,4%	226 75,8%
REGIMEN CONTRIBUTIVO		5 8,2%	8 18,6%	1 3,4%	8 6,7%	22 7,9%		2 2,9%	6 12,5%	4 12,9%	9 7,2%	21 7,0%
Total	24 100,0%	61 100,0%	43 100,0%	29 100,0%	120 100,0%	277 100,0%	26 100,0%	68 100,0%	48 100,0%	31 100,0%	125 100,0%	298 100,0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.2 -3.3 -3.7)

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.2 -3.3)

**TABLA 61.** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asomora

		Total	1 A 2	3 A 5	6 A 10
OCUPACION	AGRICULTOR	17	8	7	2
		94,4%	100,0%	87,5%	100,0%
	AMA DE CASA	11	3	6	2
		61,1%	37,5%	75,0%	100,0%
	ESTUDIANTE	6		4	2
		33,3%		50,0%	100,0%
Total		18	8	8	2
		188,9%	137,5%	212,5%	300,0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA 61.1.** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asopas

		Total	3 A 5	6 A 10
OCUPACION	AGRICULTOR	6	3	3
		100,0%	100,0%	100,0%
	AMA DE CASA	3	1	2
		50,0%	33,3%	66,7%
	ESTUDIANTE	6	3	3
		100,0%	100,0%	100,0%
	DOCENTE	2	2	
		33,3%	66,7%	
Total		6	3	3
		283,3%	300,0%	266,7%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA 61.2.** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Acep

	Total	1 A 2	3 A 5	6 A 10
OCUPACION AGRICULTOR	11	4	3	4
	78,6%	80,0%	60,0%	100,0%
AMA DE CASA	10	2	5	3
	71,4%	40,0%	100,0%	75,0%
ESTUDIANTE	9	1	4	4
	64,3%	20,0%	80,0%	100,0%
TRABAJA	1		1	
	7,1%		20,0%	
Total	14	5	5	4
	221,4%	140,0%	260,0%	275,0%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.3** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asoflomora

	1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION AGRICULTOR	2	9	1	12
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
AMA DE CASA		6	1	7
		66,7%	100,0%	58,3%
ESTUDIANTE		8	1	9
		88,9%	100,0%	75,0%
OTROS		1		1
		11,1%		8,3%
Total	2	9	1	12
	100,0%	266,7%	300,0%	241,7%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.4** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asoprovenus

		3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION	AGRICULTOR	5	4	9
		55,6%	100,0%	69,2%
	AMA DE CASA	7	4	11
		77,8%	100,0%	84,6%
	ESTUDIANTE	6	4	10
		66,7%	100,0%	76,9%
	DOCENTE	1		1
		11,1%		7,7%
	TRABAJA	1		1
		11,1%		7,7%
	OTROS	2		2
		22,2%		15,4%
Total		9	4	13
		244,4%	300,0%	261,5%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.5** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Famimora

		1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION	AGRICULTOR	2	9	3	14
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	AMA DE CASA	1	7	3	11
		50,0%	77,8%	100,0%	78,6%
	ESTUDIANTE		6	3	9
			66,7%	100,0%	64,3%
	TRABAJA		1		1
			11,1%		7,1%
	JORNALERO			1	1
				33,3%	7,1%
	MAYORDOMO		1		1
			11,1%		7,1%
	OTROS			1	1
				33,3%	7,1%
Total		2	9	3	14
		150,0%	266,7%	366,7%	271,4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA 61.6** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Preaman

	1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION AGRICULTOR		5 100,0%		5 71,4%
AMA DE CASA	1 100,0%	4 80,0%	1 100,0%	6 85,7%
ESTUDIANTE		4 80,0%	1 100,0%	5 71,4%
DOCENTE		1 20,0%		1 14,3%
Total	1 100,0%	5 280,0%	1 200,0%	7 242,9%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA 61.7** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asofrumo

	1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION AGRICULTOR	2 28,6%	8 100,0%	2 100,0%	12 70,6%
AMA DE CASA	3 42,9%	7 87,5%	2 100,0%	12 70,6%
ESTUDIANTE	3 42,9%	7 87,5%	2 100,0%	12 70,6%
DOCENTE	1 14,3%			1 5,9%
COMERCIANTE		1 12,5%		1 5,9%
OTROS	1 14,3%			1 5,9%
Total	7 142,9%	8 287,5%	2 300,0%	17 229,4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.8** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asofruteros

	1 A 2	3 A 5	Total
OCUPACION AGRICULTOR	1	2	3
	16,7%	33,3%	25,0%
AMA DE CASA	6	6	12
	100,0%	100,0%	100,0%
ESTUDIANTE	3	5	8
	50,0%	83,3%	66,7%
Total	6	6	12
	166,7%	216,7%	191,7%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.9** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Asoagropec

	1 A 2	3 A 5	Total
OCUPACION AGRICULTOR	1	10	11
	50,0%	90,9%	84,6%
AMA DE CASA	1	9	10
	50,0%	81,8%	76,9%
ESTUDIANTE	1	8	9
	50,0%	72,7%	69,2%
Total	2	11	13
	150,0%	245,5%	230,8%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)

**TABLA N°: 61.10** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Jardimora

	1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION AGRICULTOR	5	5	2	12
	100,0%	71,4%	100,0%	85,7%
AMA DE CASA	2	5	2	9
	40,0%	71,4%	100,0%	64,3%
ESTUDIANTE	2	6	2	10
	40,0%	85,7%	100,0%	71,4%
Total	5	7	2	14
	180,0%	228,6%	300,0%	221,4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)



**TABLA N°: 61.11** Ocupación vs. Número de Integrantes (por cada Familia asociada a la Alianza) OCD Agrimora

		1 A 2	3 A 5	6 A 10	Total
OCUPACION	AGRICULTOR	2	4	4	10
		100,0%	100,0%	80,0%	90,9%
	AMA DE CASA		4	4	8
			100,0%	80,0%	72,7%
	ESTUDIANTE		3	4	7
			75,0%	80,0%	63,6%
	TRABAJA			1	1
				20,0%	9,1%
Total		2	4	5	11
		100,0%	275,0%	260,0%	236,4%

**BASE:** Total Entrevistas

**PREGUNTA:** Cruces entre preguntas (3.1 -3.5)